

**PENGARUH PERSEPSI ATAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI
(SURVEY PADA HOTEL BINTANG V DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
OVI ENGGA ARISTA
11412141004

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI ATAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI
(SURVEY PADA HOTEL BINTANG V DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Oleh:

OVI ENGGA ARISTA

11412141004



Disetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Ratna Candra Sari, SE., M.Si, Akt.
NIP. 19761008 200801 2 014

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI ATAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI (SURVEY PADA HOTEL BINTANG V DI YOGYAKARTA)

Yang disusun oleh:

OVI ENGGA ARISTA

11412141004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 03 Februari 2015

dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Siswanto, M.Pd.	Ketua Penguji		03/02/2015
Abdullah Taman, SE, Akt., M.Si.	Penguji Utama		03/02/2015
Dr. Ratna Candra Sari, SE., M.Si, Akt.	Sekretaris Penguji		03/02/2015

Yogyakarta, 12 Februari 2015
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Sugilarsono, M.Si.
NIP. 19550328 198303 1 0021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

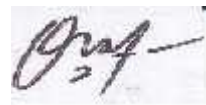
Nama : Ovi Engga Arista
NIM : 11412141004
Program Studi : Akuntansi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI ATAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI (SURVEY PADA HOTEL BINTANG V DI YOGYAKARTA)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 03 Februari 2015

Penulis,



Ovi Engga Arista

NIM. 11412141004

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Ar Rahman: 60).

“Karena sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga kaum itu mengubah keadaan mereka sendiri” (Q.S. Ar Ra’d: 11).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk Ibu dan Alm.Bapak, yang senantiasa mengiringi langkah dengan segala daya dan doa untuk menolak menyerah. Semoga persaudaraan ini kembali disatukan oleh Allah SWT di Jannatu’Adn.

**PENGARUH PERSEPSI ATAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI
(SURVEY PADA HOTEL BINTANG V DI YOGYAKARTA)**

Oleh :
Ovi Engga Arista
11412141004

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tingkat persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta dan apakah ada hubungan antara tingkat persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta serta apakah ada hubungan antara tingkat persepsi atas *corporate social responsibility* secara bersama-sama atau secara simultan terhadap komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *sampling purposive*. Kuesioner ditujukan kepada karyawan dan staff hotel. Jumlah populasi sampel yang digunakan yaitu sebanyak 177 responden dari karyawan dan staff hotel bintang V di Yogyakarta. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui *software* SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi atas *Corporate Social Responsibility* pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta terhadap kepuasan kerja karyawan yang ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,940$ dan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001$ yaitu $< 0,05$ dan persepsi atas *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,555$ dan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001$ yaitu $< 0,05$. persepsi atas *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,322$ dan $p\text{-value}$ sebesar $0,03$ yaitu $< 0,05$.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, *Partial Least Square* (PLS)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Puji syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Survey Pada Hotel Bintang V di Yogyakarta).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bimbingan dan peran serta dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
3. Prof. Sukirno, M.Si.,Ph.,D Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Ratna Candra Sari,S.E., M.Si., Akt, Dosen Pembimbing terbaik yang begitu sabar memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Abdullah Taman, SE.Akt.,M.Si., Narasumber yang telah memberikan masukan.
6. Siswanto, M.Pd. yang bersedia menjadi ketua penguji dan memmberikan masukan-masukan yang bermanfaat.
7. Seluruh Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
8. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Badan Pimpinan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)
9. Keluarga tercinta yang tidak henti memberikan dukungan dan Doa.
10. Pihak Hotel Bintang V di Yogyakarta: Mr. Awang, Mr Arindra.


11. Akuntansi A 2011, yang telah berjuang bersama, saling membantu, dan saling menyemangati sehingga kita berhasil mencapai hasil proses panjang ini: S.E.
12. Keluarga Besar Earth Hour Jogja yang telah memberikan inspirasi dan mengenalkan berbagai pihak yang sangat membantu dalam pelaksanaan penelitian: Juris Bramantyo, Hengki Rangga Jaya, dkk.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah berperan selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan tulisan ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca.

Wassalamu'alaikum.Wr.Wb.

Yogyakarta, 03 Februari 2015

Penulis,



Ovi Engga Arista

NIM. 11412141004

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL..	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Teori.....	14
1. Kepuasan Kerja.....	14
2. Komitmen Organisasi.....	16

3. Persepsi atas <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
B. Penelitian yang Relevan.....	22
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Paradigma Penelitian	28
E. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
E. Teknik Pengambilan Data	35
F. Instrumen Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis Data	38
1. Statistik Deskriptif	38
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	38
a. <i>Convergent Validity</i>	39
b. <i>Discriminant Validity</i>	40
c. <i>Composite Reliability</i>	40
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
4. Pengujian Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Profil Partisipan	45
B. Statistik Deskriptif.....	48

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif	48
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
a. <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen)	51
b. <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan)	58
c. <i>Composite Reliability</i>	60
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
4. Hasil Uji Hipotesis.....	63
C. Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Kepuasan Kerja	31
Tabel 2. Indikator Komitmen Organisasi.....	32
Tabel 3. Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
Tabel 4. Skor Skala Likert	36
Tabel 5. Kisi-kisi instrumen penelitian	36
Tabel 6. Profil Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 7. Profil Partisipan Berdasarkan Usia	46
Tabel 8. Profil Partisipan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 9. Profil Partisipan Berdasarkan Lama Kerja.....	46
Tabel 10. Profil Partisipan Berdasarkan Jabatan.....	47
Tabel 11. Statistik Deskriptif	49
Tabel 12. Hasil <i>output combined loadings and cross-loading</i>	52
Tabel 13. Hasil <i>Output Latent Variable Coefficients</i>	55
Tabel 14. Nilai AVE	55
Tabel 15. Hasil Standard Error.....	56
Tabel 16. Nilai <i>Loading</i> Konstruk laten indikator dan ke konstruk lainnya.....	58
Tabel 17. <i>Output latent variabel coefficients</i>	61
Tabel 18. <i>Latent Variabel Coefficients</i>	61
Tabel 19. Hasil Output <i>Model Fit Indices</i>	62
Tabel 20. <i>Direct Effects</i>	63
Tabel 21. <i>Total Effects</i>	67
Tabel 21. Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Klasifikasi <i>stakeholder</i>	3
Gambar 2. Paradigma penelitian	28
Gambar 3. <i>Output General SEM analysis results</i>	62
Gambar 4. Hasil Penelitian.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian Fakultas	81
Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian PHRI	82
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 4. Data Responden.....	89
Lampiran 5. Hasil <i>Combined Loadings and cross-loading</i>	92
Lampiran 6. Hasil <i>Latent Variable Coefficients</i>	93
Lampiran 7. Hasil <i>General SEM analysis results</i>	93
Lampiran 8. Hasil Hasil Model Penelitian.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

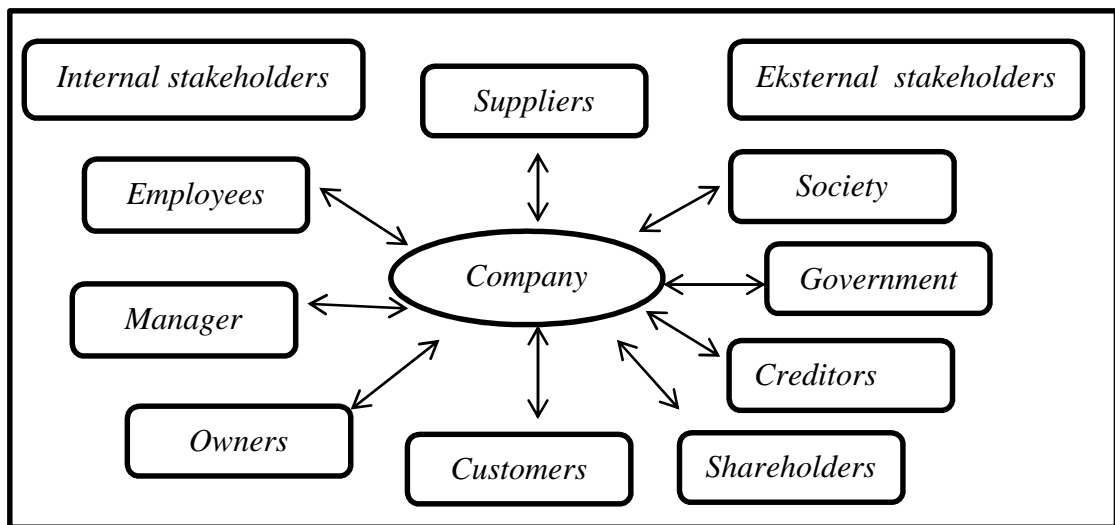
Untuk memaksimalkan kualitas sumber daya manusianya agar dapat menjalankan aktivitas kerja dengan maksimal perusahaan perlu mengukur tingkat kepuasan kerja dan komitmen organisasi pada karyawan. Kepuasan kerja menurut Kreiter dan Kinicki (2005) adalah respon emosional terhadap pekerjaan seseorang. Kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual. Setiap individu mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda-beda.

Perasaan yang menyokong atau tidak menyokong diri karyawan mempengaruhi tingkat kepuasan kerja. Karyawan akan merasa puas dalam bekerja apabila aspek-aspek pekerjaan dan aspek-aspek dirinya menyokong dan sebaliknya jika aspek-aspek tersebut tidak menyokong, pegawai akan merasa tidak puas. Perasaan yang menyokong atau tidak menyokong berhubungan dengan pekerjaan melibatkan aspek-aspek seperti upah atau gaji yang diterima, kesempatan pengembangan karir, hubungan dengan pegawai lainnya, penempatan kerja, jenis pekerjaan, struktur organisasi perusahaan dan mutu pengawasan. Sedangkan perasaan yang menyokong atau tidak menyokong berhubungan dengan dirinya antara lain umur, kondisi kesehatan, kemampuan, dan pendidikan. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya sehingga dapat membentuk komitmen dalam organisasi.

Menurut Robbins (2003) komitmen pada organisasi merupakan suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaan dalam organisasi itu. Komitmen organisasi mencerminkan bagaimana seorang individu mengidentifikasikan dirinya dengan organisasi dan terikat dengan tujuan-tujuannya. Para manajer disarankan untuk meningkatkan kepuasan kerja dengan tujuan untuk mendapatkan tingkat komitmen yang lebih tinggi. Selanjutnya, komitmen yang lebih tinggi dapat mempermudah terwujudnya produktivitas yang lebih tinggi (Kreitner dan Kinicki, 2005). Kepedulian perusahaan terhadap karyawan untuk meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen organisasi dapat dilakukan dengan menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Wibisono (2007) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk berlaku etis,

Menurut Moir (2001), teori *stakeholder* perusahaan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kelompok-kelompok kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. Dengan kata lain dalam teori pemangku kepentingan ini menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik modal (*shareholder*) melainkan kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) internal maupun eksternal. Teori *stakeholder* perusahaan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kelompok-kelompok kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab (Moir, 2001). Dengan kata lain dalam teori pemangku kepentingan ini menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab

kepada pemilik modal (*shareholder*), melainkan kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*), internal maupun eksternal. Berikut ini merupakan gambar yang menjelaskan klasifikasi *stakeholder* menurut Freeman:



Gambar 1. Klasifikasi *stakeholder*

Sumber : *adapted from Freeman, (1994) Stakeholder Theory – Managing for Stakeholders By Willem Dijkgraaf*

Tanggung jawab sosial perusahaan dan ketenagakerjaan lahir karena hak-hak karyawan yang tidak terlindungi seperti jam kerja, tempat kerja, keselamatan kerja, upah minimum dan jaminan sosial. Seperti contoh kasus bahwa Hotel Mercure di Jalan Daeng Tompo Makassar pecat 48 pegawai tanpa pesangon (Rudi, 2013). Jika merujuk pada pengertian Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) maka yang diperhatikan tidak hanya karyawan tetapi juga kebutuhan dan nasib keluarganya.

Corporate Social Responsibility (CSR) diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Azheri, 2011). Perusahaan dan karyawan adalah dua mata rantai yang memiliki hubungan yang sangat erat dan saling membutuhkan. Tanpa karyawan perusahaan tidak akan dapat mewujudkan visi dan misinya, karena perusahaan membutuhkan tenaga penggerak operasional yang berupa sumber daya manusia untuk mengelola dan menciptakan suatu produksi yang berkualitas. Perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kepedulian terhadap kualitas sumber daya manusianya agar dapat menjalankan aktivitas kerjanya dengan maksimal.

Corporate Social Responsibility (CSR) telah dipelajari selama beberapa dekade, Ken (2014) menemukan bahwa analisis mengenai CSR telah diterbitkan sejak tahun 2005 dalam 181 artikel dan penelitian pelaksanaan program *corporate social responsibility* tersebut terfokus pada tingkat kelembagaan dan organisasi dengan penekanan dampak pada stakeholder eksternal. Pada dasarnya, tanggung jawab sosial merupakan jembatan antara tingkat mikro dan makro perusahaan yaitu pada stakeholder eksternal dan internal. Oleh karena itu, para ilmuwan akhir-akhir ini tidak hanya meneliti mengenai CSR ditingkat makro, tetapi telah mulai menggali CSR di tingkat mikro. Misalnya, CSR telah ditemukan menjadi positif berkaitan dengan kinerja karyawan, komitmen dan daya tarik untuk calon karyawan (Ken, 2014).

Di Indonesia kesadaran pelaksanaan program *corporate social responsibility* masih sedikit dilakukan. Undang-Undang (UU) yang mengatur kegiatan tanggung jawab sosial di Indonesia tergolong masih lemah. Hal ini mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada. Sebagai contoh terdapat dalam Undang-Undang (UU) tentang Perseroan Terbatas (PT) Nomor 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas dan UU Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan:

“Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”.

Dalam Undang - Undang tersebut hukuman yang diberikan masih bersifat permisif dan belum setimpal dengan dampak yang terjadi jika pelanggaran hukum dilakukan. Tantangan dalam menjalankan program tanggung jawab sosial adalah lemahnya regulasi yang tidak kondusif untuk mendorong perkembangan implementasi program tanggung jawab sosial perusahaan.

Karyawan memiliki persepsi masing-masing atas program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. Robbins (2003) mendefinisikan persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Pelaksanaan program *corporate social responsibility* yang baik oleh organisasi seperti pemberdayaan lingkungan hidup, peduli terhadap pendidikan, pembuangan limbah yang ramah lingkungan serta kesejahteraan terhadap pihak *stakeholders*

baik *internal* maupun *eksternal* termasuk karyawan secara tidak langsung akan meningkatkan persepsi yang positif atas pelaksanaan program *corporate social responsibility* oleh karyawan yang menghasilkan kebermaknaan di tempat kerja oleh karyawan, dan meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen organisasi karyawan

Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003). Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya.

Dalam suatu unit bisnis termasuk Industri perhotelan didirikan dengan maksud mencapai tujuan-tujuan tertentu seperti profitabilitas. Dalam memaksimalkan profitabilitas, pihak manajemen bisnis mengimplementasikan banyak strategi dalam menjalankan operasi bisnisnya. Strategi dan langkah-langkah yang dilakukan dalam memaksimalkan laba terkadang tidak sesuai dengan hukum, norma-norma sosial maupun lingkungan yang berlaku.

Contoh kasus pencemaran lingkungan oleh hotel salah satunya adalah dalam penelitian Sirait (2012) yang berjudul “Penegakkan Hukum Penyelesaian Sengketa Lingkungan Di Luar Pengadilan Akibat Pencemaran Limbah Cair

Antara Hotel Mesra Dengan Warga RT 20, 23, 24, 25 dan 26 Kelurahan Dadi Mulya Kota Samarinda”. Hotel Mesra Samarinda dalam melakukan pengolahan limbah cair ternyata tidak memenuhi syarat-syarat khusus yang telah di ditetapkan dalam Surat Keputusan 2 Walikota Samarinda Nomor 600/260/HK-KS/IV/2010 tentang Izin Pembuangan Air Limbah Kepada Hotel Mesra.

Keputusan tersebut menyatakan bahwa Hotel Mesra wajib membuat saluran pembuangan air limbah tertutup sehingga tidak terjadi perembesan air limbah. Hasil pembuangan limbah tersebut di buang ke parit terbuka atau parit masyarakat yang pada saat hujan deras air sisa dari pembuangan limbah tersebut meluap yang mengakibatkan banjir berlendir dan mengeluarkan bau yang mengganggu kesehatan masyarakat, Sehingga dalam dunia bisnis perhotelan juga diperlukan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*).

Industri perhotelan merupakan industri yang berkembang pesat di Yogyakarta. Yogyakarta memiliki berbagai potensi wisata, budaya dan kekayaan alam yang luar biasa dan membuat Yogyakarta menjadi tujuan wisata utama di Pulau Jawa, Indonesia. Hal ini membuat Yogyakarta mengalami perkembangan pesat dalam pembangunan industri perhotelan.

Menurut Atmasari (2014) Kota Jogja berada dalam urutan yang sama dengan Semarang dan beberapa kota lain yang sudah mengalami penurunan level air tanah karena semakin banyaknya pembangunan yang semakin padat, sehingga perlunya program *corporate social responsibility* yang berkelanjutan (*suistanable*). Harian Jogja (2014) menjelaskan bahwa program *corporate Social responsibility* yang dilakukan di Kota Jogja masih belum berkelanjutan

(*suistanable*), misalnya penanaman pohon yang dikemas dalam bentuk *corporate social sesponsibility* oleh pengembang properti seperti hotel dan apartemen saat ini hanyalah bentuk *green washing* dan pencitraan. Harian Jogja (2014) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut hanya melakukan CSR di permukaan, padahal *corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan (*suistanable*) dunia usaha bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, (Wibisono, 2007).

Perlunya pelaksanaan program *corporate social responsibility* yang *suistanable* agar manfaat yang dirasakan dari program *corporate social responsibility* optimal, termasuk pengaruh program *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Adanya pelaksanaan program *corporate social responsibility* oleh perusahaan, karyawan cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi dan menghasilkan komitmen organisasi karena ketika organisasi memperlakukan orang lain dengan baik, perusahaan akan mengirimkan sinyal kepada karyawan mengenai karakter perusahaan yang menghasilkan kebermanaknaan di tempat kerja yang dapat memediasi hubungan antara pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Amann dan Stanusch (2013:443) :

“Examples of internal CSR practices that are relevant to employees include health and safety at work, development of worker skills, well-being and satisfaction, quality of work and social equity. Others include: a family-friendly work environment, equitable wage and reward system, open and flexible communication system, and work life balance”.

Wibisono (2007:7) menyatakan bahwa pelaksanaan program *corporate social responsibility* dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satu nya adalah ukuran dan kematangan sosial. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberi kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. pada industri perhotelan, baru hotel berbintang yang telah melaksanakan program *corporate social responsibility*, oleh karena itu penulis memilih populasi penelitian pada hotel berbintang khususnya hotel bintang V di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya berfokus mengenai bagaimana karyawan diperlakukan dalam organisasi, tetapi mengenai persepsi atas *corporate social responsibility* oleh karyawan yang telah dilakukan oleh perusahaan terhadap kesejahteraan orang lain di luar organisasi melalui tindakan seperti aksi sosial dan peduli terhadap lingkungan. Program *corporate social responsibility* perusahaan memberikan kontribusi menyeluruh terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, social dan lingkungan dari kegiatannya, sehingga karyawan memiliki lingkungan kerja yang nyaman, keseimbangan hidup dan pekerjaan, keadilan sosial, kesehatan dan keamanan dalam bekerja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dengan ini penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Survey Pada Hotel Bintang V di Yogyakarta)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut :

1. Adanya hak-hak karyawan yang tidak terlindungi seperti jam kerja, tempat kerja, keselamatan kerja, upah minimum dan jaminan sosial. Padahal untuk memaksimalkan kualitas karyawan dalam menjalankan aktivitas, perusahaan perlu memenuhi hak-hak karyawan yang tidak terlindungi untuk meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen organisasi pada karyawan.
2. Masih sedikitnya penelitian pada *Corporate social Responsibility* yang terfokus pada tingkat *Internal*, penelitian pada *Corporate social Responsibility* telah terfokus pada tingkat kelembagaan dan organisasi dengan penekanan dampak pada *stakeholder eksternal*.
3. Undang-Undang (UU) tentang Perseroan Terbatas (PT) Nomor 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas di Indonesia tergolong masih lemah. Hal ini mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada.
4. Strategi Industri jasa khususnya perhotelan untuk memaksimalkan laba terkadang tidak sesuai dengan hukum, norma-norma sosial maupun lingkungannya.
5. Adanya pelaksanaan program *corporate social responsibility* yang tidak berkelanjutan (*suistenable*) atau hanya di permukaan sehingga manfaat

program *corporate social responsibility* belum optimal, termasuk pengaruh program *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan pertimbangan masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan memfokuskan pada persepsi atas *corporate social responsibility* oleh staff karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Pemilihan staff karyawan hotel karena manfaat yang dirasakan dari program *corporate social responsibility* dirasakan langsung oleh staff karyawan sedangkan pihak manajer merupakan pembuat keputusan. Pemilihan hotel bintang V karena pelaksanaan pada *corporate social responsibility* dilaksanakan oleh hotel berbintang dan penulis membatasi penelitian pada hotel bintang V di Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi karyawan pada hotel bintang V di Yogyakarta atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja ?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi karyawan pada hotel bintang V di Yogyakarta atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi ?

3. Apakah terdapat pengaruh persepsi karyawan pada hotel bintang V di Yogyakarta atas *corporate social responsibility* bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi ?

E. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah diatas yaitu :

1. Mengetahui pengaruh persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).
2. Mengetahui pengaruh persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).
3. Mengetahui pengaruh persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* secara bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu akuntansi, khususnya pada bidang Akuntansi

Keprilakuan pada aspek keprilakuan dalam akuntansi manajemen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Unit Bisnis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi.

b. Bagi Karyawan Unit Bisnis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan sehingga menjadi acuan dalam kepuasan kerja dan komitmen organisasi atas persepsinya terhadap *Corporate Social Responsibility*.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan dalam pemikiran dan penalaran untuk merumuskan masalah yang baru dalam penelitian yang selanjutnya guna memperluas pemahaman mengenai *corporate social responsibility*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Kepuasan Kerja

Nelson dan Quick (2006) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah suatu kondisi emosional yang positif dan menyenangkan sebagai hasil dari penilaian pekerjaan atau pengalaman pekerjaan. Hasibuan (2007) menyatakan pernyataan yang senada bahwa kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Kepuasan kerja diciptakan supaya moral kerja, dedikasi, kecintaan, dan kedisiplinan karyawan meningkat. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Kepuasan kerja dinikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan, dan kombinasi dalam dan luar pekerjaan. Menurut Hasibuan (2007) tujuh kepuasan kerja karyawan dipengaruhi oleh faktor-faktor:

- 1) Balas jasa yang adil dan layak.
- 2) Penempatan yang tepat sesuai dengan keahlian.
- 3) Berat ringannya pekerjaan.
- 4) Suasana dan lingkungan pekerjaan.
- 5) Peralatan yang menunjang pelaksanaan pekerjaan.
- 6) Sikap pimpinan dalam kepemimpinannya.
- 7) Sifat pekerjaan monoton atau tidak.

Kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting. (Luthans, 2006:243). Luthans (2006) menyatakan bahwa ada sejumlah faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja yaitu gaji, pekerjaan itu sendiri, promosi, pengawasan, kelompok kerja dan kondisi kerja. Byars dan Rue (2005) menyatakan bahwa sistem reward organisasi sering mempunyai dampak signifikan pada tingkat kepuasan kerja karyawan. Kepuasan kerja seseorang dalam suatu perusahaan sangat mungkin berbeda-beda. Perbedaan ini dikarenakan adanya kebutuhan individu yang berbeda-beda pula atau situasi dan kondisi dalam perusahaan yang dapat menyebabkan seseorang menjadi puas dalam bekerja. Menurut Kreitner dan Kinicki (2005) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya kepuasan yaitu:

- 1) *Need fulfillment* (pemenuhan kebutuhan). Model ini mengajukan bahwa kepuasan ditentukan tingkatan karakteristik pekerjaan yang memungkinkan kesempatan pada individu untuk memenuhi kebutuhannya.
- 2) *Discrepancies* (perbedaan). Model ini menyatakan bahwa kepuasan merupakan suatu hasil memenuhi harapan. Pemenuhan harapan mencerminkan perbedaan antara apa yang diharapkan dan yang diperoleh individu dari pekerjaan. Apabila harapan lebih besar daripada apa yang diterima, orang akan tidak puas. Sebaliknya diperkirakan individu akan puas apabila mereka menerima manfaat di atas harapan.

- 3) *Value attainment* (pencapaian nilai). Gagasan *value attainment* adalah bahwa kepuasan merupakan hasil dari persepsi pekerjaan memberikan pemenuhan nilai kerja individual yang penting.
- 4) *Equity* (keadilan). Dalam model ini dimaksudkan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari seberapa adil individu diperlakukan di tempat kerja. Kepuasan merupakan hasil dari persepsi orang bahwa perbandingan antara hasil kerja dan inputnya relatif lebih menguntungkan dibandingkan dengan perbandingan antara keluaran dan masukan pekerjaan lainnya.
- 5) *Dispositional/genetic components* (komponen genetik). Beberapa rekan kerja atau teman tampak puas terhadap variasi lingkungan kerja, sedangkan lainnya kelihatan tidak puas. Model ini didasarkan pada keyakinan bahwa kepuasan kerja sebagian merupakan fungsi sifat pribadi dan faktor genetik. Model menyiratkan perbedaan individu hanya mempunyai arti penting untuk menjelaskan kepuasan kerja seperti halnya karakteristik lingkungan pekerjaan.

2. Komitmen Organisasi

Komitmen organisasional adalah loyalitas karyawan terhadap organisasi melalui penerimaan sasaran-sasaran, nilai-nilai organisasi, kesediaan atau kemauan untuk berusaha menjadi bagian dari organisasi, serta keinginan untuk bertahan di dalam organisasi (Hatmoko, 2006). Robbins (2003) mengemukakan komitmen organisasi sebagai suatu keadaan dimana seorang anggota memihak pada suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berminat memelihara keanggotaan dalam organisasi. Berkomitmen berarti menyerahkan diri secara total

saat berada di tempat kerja, yaitu membutuhkan hal-hal seperti penggunaan waktu secara konstruktif, memperhatikan detail, menumbuhkan usaha ekstra, menerima perubahan, bekerja sama dengan orang lain, pengembangan-diri, menghargai kepercayaan, bangga terhadap kemampuan, mencari peningkatan dan memberikan dukungan loyalitas.

Menurut Meyer, Allen & Smith (1993), komitmen organisasi terdiri dari 3 komponen yaitu:

- 1) Komitmen kerja afektif (*affective occupational commitment*)
Komitmen sebagai ketertarikan afektif/psikologis karyawan terhadap pekerjaannya. Komitmen ini menyebabkan karyawan bertahan pada suatu pekerjaan karena mereka menginginkannya.
- 2) Komitmen kerja kontinuans (*continuance occupational commitment*)
Mengarah pada perhitungan untung-rugi dalam diri karyawan sehubungan dengan keinginannya untuk tetap mempertahankan atau meninggalkan pekerjaannya. Artinya, komitmen kerja disini dianggap sebagai persepsi harga yang harus dibayar jika karyawan meninggalkan pekerjaannya. Komitmen ini menyebabkan karyawan bertahan pada suatu pekerjaan karena mereka membutuhkannya.
- 3) Komitmen kerja normatif (*normative occupational commitment*)
Komitmen sebagai kewajiban untuk bertahan dalam pekerjaannya. Komitmen ini menyebabkan karyawan bertahan pada suatu pekerjaan karena mereka merasa wajib untuk melakukannya didasari pada adanya keyakinan tentang apa yang benar dan berkaitan dengan moral.

Tidak semua komponen di atas dimiliki oleh karyawan, tetapi lebih baik lagi jika ketiga komponen tersebut dimiliki oleh karyawan. Sebagai contoh, ketika komponen *affective occupational commitment* lebih dominan maka karyawan tersebut merasa lebih cocok dengan bidang pekerjaannya, baik itu secara emosional maupun kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan dirinya. Ia merasa bahwa pekerjaannya sesuai dengan bidang pendidikannya, hobinya, tujuannya, kebersamaan, kenyamanan dan lain-lain. Tetapi jika karyawan tidak pernah diberikan pengembangan pengetahuan dan *skill* melalui seminar, *training* dll. Maka dapat menimbulkan kurangnya komponen *normative occupational commitment* dan dapat juga mempengaruhi kinerja dibandingkan dengan karyawan yang memiliki tingkat komitmen yang setara.

Dalam sebuah perusahaan, karyawan dituntut untuk dapat memberikan kinerja terbaik pada perusahaan sesuai dengan kompetensi yang dimilikinya. Selain kompetensi, komitmen kerja bagi karyawan diperlukan agar mereka memberikan hasil terbaik bagi organisasi atau perusahaan misalnya seseorang yang tidak memiliki komitmen, sebenarnya ia ahli dalam bidangnya (*competent*) namun ia bekerja dengan setengah hati. Karyawan yang memiliki suatu komitmen, akan bekerja secara total, mencurahkan perhatian, pikiran, tenaga dan waktunya, ia mengerjakan apa yang diharapkan oleh perusahaan.

3. Persepsi Atas *Corporate Social Responsibility*

Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada

lingkungan mereka. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif (Robbins, 2006). Sedangkan menurut Walgito (2002:69), persepsi merupakan proses yang didahului oleh proses penginderaan yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera namun proses itu tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu penilaian atau kesan seseorang terhadap suatu objek yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Persepsi dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang terhadap suatu objek dan situasi lingkungannya. Persepsi akan berarti jika diperlihatkan dalam bentuk pernyataan, baik lisan maupun perbuatan. Meskipun demikian, terkadang apa yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan perilaku yang terlihat belum tentu sesuai dengan persepsi yang asli. Menurut Walgito (2002:10) dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat bahwa perilaku dapat dibentuk, diperoleh, berubah melalui proses belajar. Seseorang belum tentu mempunyai persepsi yang sama tentang suatu objek yang sama. Latar belakang yang dimaksud mencakup pengalaman-pengalaman sensoris, perasaan saat terjadinya suatu peristiwa, prasangka, keinginan, sikap, dan tujuan.

Wibisono (2007) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sementara Nursahid (2006) mendefinisikan

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi *stakeholder* nya yang terkena pengaruh baik secara langsung ataupun tidak langsung dari operasi perusahaan.

Menurut Wibisono (2007:7) implementasi *corporate social responsibility* (CSR) pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Komitmen pimpinannya. Pemimpinan berpengaruh kuat terhadap jalannya organisasi dan kelangsungan hidup organisasi.
- 2) Ukuran dan kematangan sosial. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi member kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan.
- 3) Regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin amburadul regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat.

Dalam implementasi *corporate social responsibility*, peran pemimpin sangat strategis dan penting dalam sebuah organisasi yaitu sebagai salah satu penentu keberhasilan pencapaian misi, visi dan tujuan suatu organisasi (Sunarsih, 2001). Nagar (2012) menyatakan bahwa pencapaian tujuan perusahaan dapat dicapai apabila karyawan memiliki komitmen terhadap organisasinya, karena karyawan yang berkomitmen akan bersedia untuk berusaha agar tujuan organisasi tercapai. Sabir, et al (2011), menyatakan bahwa komitmen organisasi dan kepuasan kerja dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan.

Senada dengan pernyataan sebelumnya, Raharjo (2006) secara lebih spesifik menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja

adalah kepemimpinan dimana tinggi rendahnya kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kinerja karyawan tidak terlepas dari peranan atasan terhadap bawahan. Sehingga dengan adanya program CSR dan perhatian dan hubungan yang baik dari pimpinan kepada bawahan dapat meningkatkan kepuasan kerja, karyawan akan merasakan dirinya merupakan bagian yang penting dari organisasi kerja dan meningkatkan komitmen organisasi (Retnaningsih, 2007).

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat dipengaruhi oleh pandangan perusahaan (persepsi) suatu perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Wibisono (2007) menjelaskan beberapa cara pandang perusahaan terhadap CSR, yaitu:

- 1) Sekedar basa-basi atau keterpaksaan. Perusahaan mempraktekkan CSR karena *external driven* (faktor eksternal), *environmental driven* (karena terjadi masalah lingkungan dan *reputation driven* (karena ingin mendongkrak citra perusahaan).
- 2) Sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*).
- 3) CSR diimplementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*).

Tanudjaja (2006) membagi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi 4 model, yaitu keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain, dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Sementara itu, Wibisono (2007) menjelaskan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan dapat

dibagi menjadi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan.

Corporate Social Responsibility (CSR) yang diterapkan oleh perusahaan akan mendatangkan berbagai manfaat bagi perusahaan dan masyarakat yang terlibat dalam menjalankannya. Menurut Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu dapat mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan serta berpeluang mendapatkan penghargaan.

Jadi, persepsi atas *corporate social responsibility* yaitu interpretasi kesan dan proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka, dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mengenai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ken (2014) dengan judul “*The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes*”. Hasil

penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap perilaku karyawan di Australia.

Persamaan dalam penelitian yang dibuat oleh Ken (2014) dengan penelitian ini ialah sama-sama meneliti *corporate social responsibility* pada tingkat mikro yaitu persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*. Sedangkan perbedaannya, yaitu:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Ken (2014) menggunakan variabel dependen perilaku karyawan sebagai pengaruh atas persepsi *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel dependen kepuasan kerja dan komitmen organisasi sebagai pengaruh atas persepsi *corporate social responsibility*.
 - b. Penelitian ini menggunakan unit bisnis pada industri jasa di Yogyakarta, Indonesia sebagai responden sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ken (2014) responden merupakan karyawan di berbagai unit bisnis di Australia.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Heryani (2013) dengan judul “Analisis Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (Diversity & Employee Support)* Terhadap Kinerja Karyawan (STUDI KASUS PT. BATU RONA ADIMULYA)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja karyawan.

Persamaan dalam penelitian yang dibuat Heryani (2013) dengan penelitian ini ialah sama-sama meneliti mengenai *corporate social responsibility*. Selain itu Perbedaannya, yaitu:

- a. Penelitian yang dibuat Heryani (2013) meneliti pengaruh penerapan *corporate social responsibility* secara keseluruhan yaitu dari keanekaragaman industri dan dukungan karyawan (*diversity & employee support*) sedangkan penelitian ini meneliti mengenai pengaruh persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*.
 - b. Penelitian yang dilakukan oleh Heryani (2013) menggunakan variabel dependen kinerja karyawan sebagai pengaruh atas penerapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel dependen kepuasan kerja dan komitmen organisasi sebagai pengaruh atas persepsi *corporate social responsibility*.
 - c. Populasi yang berbeda. Pada penelitian yang dilakukan oleh Heryani (2013) populasi berada pada satu perusahaan yaitu PT. BATU RONA ADIMULYA) sedangkan pada penelitian ini populasi merupakan karyawan pada hotel bintang V di Yogyakarta.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mela (2013) dengan judul “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Persepsi Karyawan Pada Departemen Produksi II PT. Chang Jui Fang Indonesia Indramayu)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan.

Persamaannya adalah penelitian menguji mengenai kepuasan kerja dan komitmen organisasi dengan melakukan survey pada karyawan. Selain persamaan tersebut ada beberapa perbedaannya, yaitu:

- a. Dalam penelitian Mela (2013) peneliti meneliti mengenai pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan, sedangkan penelitian ini mengenai persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi.
- b. penelitian Mela (2013) populasi survey merupakan karyawan pada satu departemen suatu perusahaan saja yaitu karyawan pada departemen produksi II PT. Chang Jui Fang Indonesia Indramayu. Pada penelitian ini populasi survey merupakan karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepuasan Kerja

Individu cenderung pada organisasi yang menerapkan etika bisnis yang baik (Trevino dan Nelson, 2004). Pelaksanaan etika bisnis yang baik, termasuk dengan adanya pelaksanaan program *corporate social responsibility* maka beralasan bila dinyatakan bahwa program etik berpengaruh terhadap sikap karyawan seperti kepuasan kerja. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Ken (2014) yang telah dilakukan pada perusahaan di Australia, bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* berkorelasi positif terhadap kepuasan kerja karyawan yang berdampak pada perilaku karyawan. Sehingga diduga semakin

baik persepsi atas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan semakin berkorelasi positif terhadap kepuasan kerja karyawan yang berdampak pada kinerja karyawan dan menyejahterahkan perusahaan dan pihak berkepentingan lainnya.

Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan, yaitu:

H1 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

2. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Komitmen Organisasi

Ketika organisasi memperlakukan orang lain dengan baik, organisasi akan mengirimkan sinyal kepada karyawan mengenai karakter organisasi yang menghasilkan kebermanaknaan di tempat kerja oleh karyawan, sehingga memediasi hubungan antara pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dengan komitmen organisasi. Dengan memuaskan ekspektasi karyawan atas pelaksanaan program *corporate social responsibility*, perusahaan dapat mengharapkan adanya penambahan komitmen organisasi. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh Valentine dan Barnett (2003) menemukan bukti bahwa komitmen manajemen pemasaran pada suatu perusahaan lebih tinggi ketika organisasi memiliki etika bisnis dan program *corporate social responsibility* merupakan salah satu pemenuhan dalam etika bisnis. Komitmen organisasi karyawan dapat berimplikasi pada program efisiensi dan *image* perusahaan di mata stakeholder.

Berdasarkan penelitian Ken (2014) yang telah dilakukan pada perusahaan di Australia, persepsi atas *corporate social responsibility* berkorelasi positif terhadap komitmen organisasi yang berdampak pada perilaku karyawan. Sehingga diduga semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan berkorelasi positif terhadap komitmen organisasi. Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan, yaitu:

H2 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

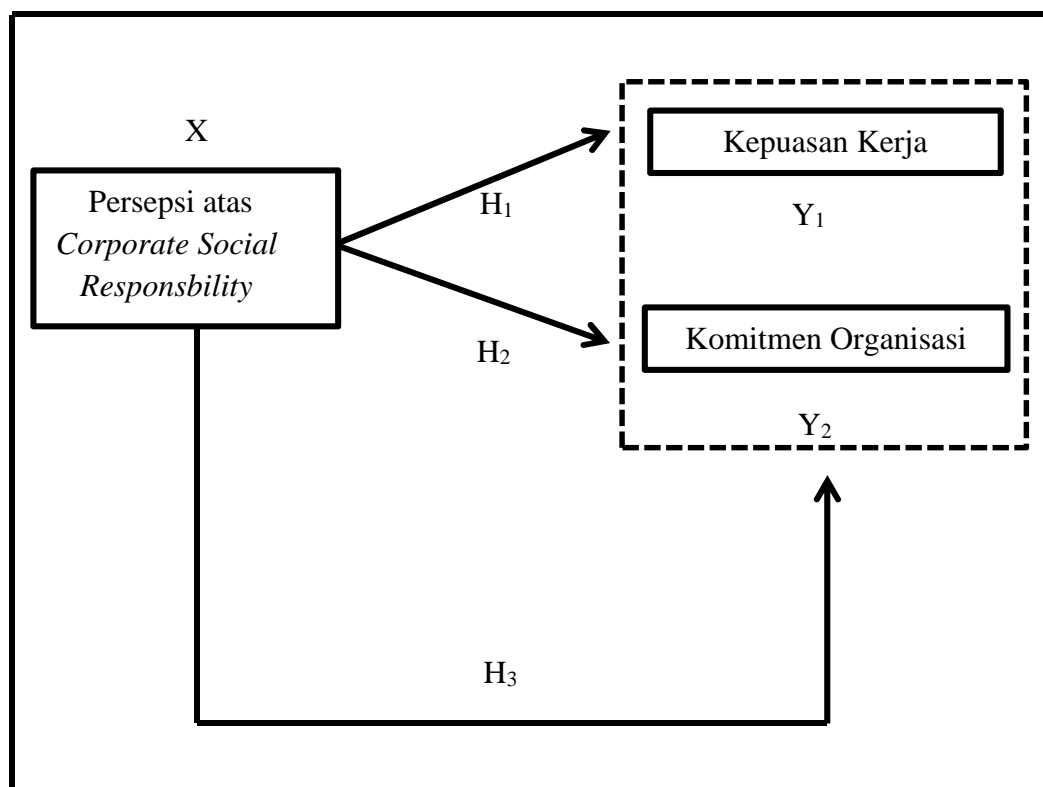
3. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi

Pelaksanaan program *corporate social responsibility* dapat meningkatkan respon positif dari para karyawan terhadap lingkungan kerja mereka. Para karyawan mencari signal respon manajer sebagai alasan karyawan untuk memberikan dukungan kepada perusahaan. Dengan memuaskan ekspektasi karyawan atas *corporate social responsibility*, perusahaan dapat berharap adanya peningkatan sikap pekerja, produktivitas, dan komitmen organisasi (Trevino dan Nelson, 2004). Dengan diterapkannya program *corporate social responsibility* oleh perusahaan maka diduga akan meningkatkan tingkat kepuasan kerja, karena karyawan mempersepsikan bahwa iklim dan kondisi kerja mereka sudah baik dan karyawan memiliki alasan untuk meningkatkan komitmen organisasi. Dengan demikian hipotesis yang dapat disimpulkan, yaitu:

H3 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

D. Paradigma Penelitian

Dari kerangka berpikir yang telah dijelaskan diatas dapat dibuat paradigma penelitian untuk variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan kerja karyawan dan komitmen organisasi dan variabel independen dalam penelitian ini yaitu persepsi atas *corporate social responsibility*, yang digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 2.

Paradigma Penelitian

E. Hipotesis Penelitian

Indriantoro dan Supomo (2002) menjelaskan bahwa hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variable atau lebih dalam rumusan proposisi yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis menjadi dasar untuk membuat kesimpulan penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

H2 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

H3 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode kausal komparatif (*causal-comparative research*). Penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*) merupakan penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variable independen) (Indriantoro dan Supomo, 2002). Metode pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengetahui penilaian seseorang terhadap suatu hal.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Studi Empiris Pada Hotel Bintang V di Yogyakarta)” telah dilaksanakan di hotel bintang V di Yogyakarta yang terdaftar dalam Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan bersedia menjadi koresponden yaitu Grand Aston Yogyakarta, Hyatt Regency Hotel, Royal Ambarrukmo Hotel dan Sheraton Mustika Yogyakarta Resort & Spa. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan untuk pengambilan data dan analisis data, yaitu pada bulan Desember 2014.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional setiap variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 2002:63). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan kerja karyawan dan komitmen organisasi.

a. Kepuasan Kerja

Instrumen yang digunakan untuk mengukur kepuasan kerja yaitu terdiri dari 14 Indikator dan diadopsi dari penelitian sebelumnya pada instrumen penelitian Mela (2013) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Persepsi Karyawan Pada Departemen Produksi II PT. Chang Jui Fang Indonesia Indramayu)”. Kepuasan kerja adalah sikap emosional positif dalam pekerjaan, hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan. Kepuasan kerja harus diciptakan sebaik-baiknya agar moral kerja, dedikasi, kecintaan, dan kedisiplinan karyawan meningkat. Kepuasan kerja dinikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan, dan kombinasi dalam dan luar pekerjaan. Indikatornya yaitu:

Tabel 1. Indikator Kepuasan Kerja

No.	Indikator
1.	Pekerjaan memberikan tugas yang menarik
2.	Pekerjaan memberikan kesempatan untuk belajar
3.	Pekerjaan memberikan kesempatan untuk menerima tanggung jawab
4.	Kesesuaian gaji dengan beban kerja
5.	Keadilan pemberian gaji

No.	Indikator
6.	Keterbukaan proses promosi
7.	Keadilan pemberian promosi
8.	Kepedulian atasan terhadap bawahan
9.	Iklim partisipasi atasan
10.	Kerjasama rekan kerja
11.	Dukungan rekan kerja
12.	Bantuan rekan kerja
13.	lingkungan yang mendukung pekerjaan
14.	Kelengkapan fasilitas kerja

b. Komitmen Organisasi

Untuk variabel dependen kedua ini terdiri dari 16 indikator yang diadopsi dari penelitian sebelumnya pada Instrumen penelitian oleh Mela (2013) yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Persepsi Karyawan Pada Departemen Produksi II PT. Chang Jui Fang Indonesia Indramayu)”. Komitmen organisasi keadaan dimana seorang karyawan memiliki loyalitas, memihak pada tujuan-tujuan organisasi dan memelihara keanggotaan dalam organisasi serta keinginan untuk bertahan di dalam organisasi, indikatornya antara lain :

Tabel 2. Indikator Komitmen Organisasi

No.	Indikator
1.	Kepercayaan dan penerimaan terhadap nilai dan tujuan organisasi
2.	Memiliki keterikatan emosional dengan organisasi
3.	Perasaan menjadi bagian dari keluarga organisasi
4.	Kesanggupan menjadi anggota organisasi sampai akhir
5.	Perasaan membutuhkan organisasi
6.	Ketidakpastian mendapat pekerjaan di luar organisasi
7.	Kesanggupan untuk bekerja lebih serius
8.	Kesanggupan untuk memelihara keanggotaan
9.	Perasaan kewajiban moral terhadap organisasi
10.	Loyalitas
11.	Nilai tanggung jawab sebagai amanah
12.	Kerjasama

No.	Indikator
13.	Motivasi
14.	Negoisasi
15.	Komunikasi
16.	Kepemimpinan

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah tipe variabel yang mempengaruhi variabel lain (Indriantoro dan Supomo, 2002:63). Dalam penelitian ini yang berperan sebagai variabel independen adalah persepsi atas *corporate social responsibility*.

Menurut Kotler (2000) persepsi merupakan proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. *corporate social responsibility* merupakan jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) (Suharto, 2008).

Jadi, Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* yaitu interpretasi kesan dan proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka, dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mengenai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Indikatornya yaitu:

Tabel 3. Indikator *Corporate Social Responsibility*

No.	Indikator
1.	Kontribusi untuk kesejahteraan karyawan
2.	Kontribusi untuk kesejahteraan pelanggan
3.	Kontribusi untuk kesejahteraan masyarakat
4.	Isu Lingkungan merupakan bagian integral dari strategi organisasi

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Indriantoro dan Supomo (2002) menjelaskan bahwa populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan hotel bintang V yang ada di Yogyakarta yang terdaftar dalam Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Pemilihan populasi pada hotel bintang V karena penerapan *Corporate Social Responsibility* baru diterapkan pada hotel berbintang khususnya bintang V. Terdiri dari 4 hotel, yaitu Grand Aston Yogyakarta, Hyaat Regency Hotel, Royal Ambarrukmo Hotel dan Sheraton Mustika Yogyakarta Resort & Spa.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 1998). Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang dikehendaki dalam penelitian (Sugiyono, 2010:68). Kuesioner ini ditunjukkan kepada karyawan dan staff hotel karena manfaat yang dirasakan dari program *corporate social responsibility* dirasakan langsung oleh staff karyawan sedangkan pihak manajer merupakan pembuat keputusan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan teknik angket (kuisisioner) yang disebarakan kepada sampel penelitian yang bersangkutan. Teknik angket (kuisisioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Husein Umar, 2011). Kuisisioner yang disebarakan berupa daftar pernyataan yang berkaitan dengan obyek yang diteliti, kuisisioner diberikan melalui website (*link*) sehingga responden dapat mengisi dengan lebih praktis. Dalam penyebaran kuisisioner (dalam website) juga disertakan petunjuk pengisian yang jelas agar memudahkan responden dalam memberikan jawabannya secara lengkap.

F. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yang pernah digunakan dalam penelitian terdahulu. Pengukuran kedua variabel dalam penelitian ini menggunakan empat skala likert untuk mengukur sikapnya. Skala Likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002). Skala Likert yang digunakan adalah rentang nilai 1 sampai dengan 4.

Tabel 4. Skor Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat setuju	4

Kisi-kisi instrumen akan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Kisi-kisi instrumen peneltian

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Butir
1.	Kepuasan Kerja (Y₁)	Kepuasan kerja adalah sikap emosional positif dalam pekerjaan, hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan. Kepuasan kerja harus diciptakan sebaik-baiknya agar moral kerja, dedikasi, kecintaan, dan kedisiplinan karyawan meningkat. Kepuasan kerja dinikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan, dan kombinasi dalam dan luar pekerjaan.	Pekerjaan memberikan tugas yang menarik.	1
			Pekerjaan memberikan kesempatan untuk belajar.	2
			Pekerjaan memberikan kesempatan untuk menerima tanggung jawab.	3
			Kesesuaian gaji dengan beban kerja.	4
			Keadilan pemberian gaji.	5
			Keterbukaan proses promosi.	6
			Keadilan pemberian promosi.	7
			Kepedulian atasan terhadap bawahan.	8
			Iklm partisipasi atasan.	9
			Kerjasama rekan kerja.	10
			Dukungan rekan kerja.	11
			Bantuan rekan kerja.	12
			lingkungan yang mendukung pekerjaan.	13
			Kelengkapan fasilitas kerja.	14

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Butir
2.	Komitmen Organisasi (Y₂)	keadaan dimana seorang karyawan memiliki loyalitas, memihak pada tujuan-tujuan organisasi dan memelihara keanggotaan dalam organisasi serta keinginan untuk bertahan di dalam organisasi.	Kepercayaan dan penerimaan terhadap nilai dan tujuan organisasi.	15
			Memiliki keterikatan emosional dengan organisasi.	16
			Perasaan menjadi bagian dari keluarga organisasi.	17
			Kesanggupan menjadi anggota organisasi sampai akhir.	18
			Perasaan membutuhkan organisasi.	19
			Ketidakpastian mendapat pekerjaan di luar organisasi.	20
			Kesanggupan untuk bekerja lebih serius.	21
			Kesanggupan untuk memelihara keanggotaan.	22
			Perasaan kewajiban moral terhadap organisasi.	23
			Loyalitas.	24
			Nilai tanggung jawab sebagai amanah.	25
			Kerjasama.	26
			Motivasi.	27
			Negoisasi.	28
			Komunikasi.	29
			Kepemimpinan.	30
3.	Persepsi atas Corporate Social Responsibility (X)	Persepsi atas <i>Corporate Social Responsibility</i> yaitu interpretasi kesan dan proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan	kontribusi untuk kesejahteraan karyawan	31
			kontribusi untuk kesejahteraan pelanggan.	32
			kontribusi untuk kesejahteraan	33

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Butir
		indera mereka, dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mengenai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif memaksimalkan dampak positif. mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.	masyarakat	
			Isu Lingkungan merupakan bagian integral dari strategi organisasi	34

G. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran profil data sampel. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari minimum, maksimum, mean dan deviasi standar. Statistik deskriptif dihitung dengan program *microsoft excel* untuk memudahkan perhitungan.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Penelitian ini menggunakan teknik SEM, sehingga evaluasi yang dilakukan terhadap dua model yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model*

menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dengan indikatornya.

Persamaan untuk *outer model* (Sofyan dan Heri, 2009: 214) yaitu:

$$\begin{aligned} X &= \lambda_x + \epsilon_x \\ Y &= \lambda_y + \epsilon_y \end{aligned}$$

Keterangan:

λ_x : matriks variabel manifest yang berhubungan dengan konstruk laten eksogen

λ_y : matriks variabel manifest yang berhubungan dengan konstruk laten endogen

ϵ_x dan ϵ_y : matriks koefisien (matriks *loading*)

ϵ_x dan ϵ_y : matriks *outer model* residu

Evaluasi ini juga disebut evaluasi terhadap konstruk/variabel laten. Terdapat dua macam jenis konstruk yaitu konstruk reflektif dan konstruk formatif. Konstruk reflektif membutuhkan pengujian validitas dan reliabilitas konstruk, sedangkan konstruk formatif pengukuran dilakukan hanya dengan melihat signifikansi *weight*-nya saja. Oleh karena penelitian ini menggunakan konstruk reflektif, maka yang perlu dilakukan terdapat tiga hal yaitu menguji *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Berikut ini penjelasan untuk masing-masing uji.

a. ***Convergent Validity***

Convergent validity merupakan tingkatan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep menunjukkan korelasi positif dengan hasil pengukuran konsep lain yang secara teoritis harus berkorelasi positif (Bambang dan Lina, 2005: 103-104).

Validitas konvergen merupakan bagian dari *measurement model* yang dalam SEM-PLS biasanya disebut sebagai *outer model*.

Terdapat dua kriteria untuk menilai *outer model* yang memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif yaitu (1) *loading* harus di atas 0,70 dan (2) nilai p signifikan yaitu $p < 0,05$ (Mahfud dan Dwi, 2003: 65). Dengan syarat tersebut, pengukuran konstruk yang diteliti dianggap telah memenuhi syarat validitas konvergen. Sedangkan menurut Chin (Sofyan dan Heri, 2011: 18) nilai *loading faktor* di atas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa indikator dikatakan valid sebagai indikator yang mengukur konstruk. Meskipun demikian, nilai *standarized loading factor*, di atas 0,5 dapat diterima, sedangkan di bawah 0,5 dikeluarkan dari model.

b. Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan tingkatan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep mampu membedakan diri dengan hasil pengukuran konsep lain secara teoritis memang harus berbeda (Bambang dan Lina, 2005: 104). Validitas diskriminan juga merupakan bagian dari *outer model*. Syarat untuk memenuhi syarat validitas diskriminan ini adalah hasil dalam *view combined loading and cross-loadings* menunjukkan bahwa *loading* ke konstruk lain (*cross-loading*) bernilai lebih rendah daripada *loading* ke konstruk variabel.

c. Composite Reliability

Bagian ketiga dari *outer model* yaitu *composite reliability*. Penilaian dari *composite reliability* ini dilakukan dengan melihat *output* dari *view latent variable coefficients*. Dari *output* ini, maka kriteria dilihat dari dua hal yaitu *composite*

reliability dan *cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* nilainya $> 0,70$ dapat dikatakan reliabel (Mahfud dan Dwi, 2013: 73). Sedangkan menurut Hartono (Bambang Purnomosidhi, 2014) suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ dan nilai *composite reliability* $> 0,7$.

Pendapat lain dinyatakan oleh Chin (Sofyan Yamin, 2009) *cronbach's alpha* dalam PLS dikatakan baik apabila $0,5$ dan dikatakan cukup apabila $0,3$. Apabila suatu konstruk telah memenuhi dua kriteria tersebut maka dapat dikatakan bahwa konstruk reliabel atau memiliki konsistensi dalam instrumen penelitian. Bahkan Sofyan Yamin dan Heri (2011: 52) menyatakan bahwa dalam SEM, nilai *composite reliability* lebih baik digunakan sebagai pengukuran reliabilitas konstruk daripada *cronbach's alpha*. Hal ini seperti yang disebutkan oleh Chin (Sofyan dan Heri, 2011: 52) bahwa:

"for the reflective measure, rather than using cronbach's alpha which represent a lower estimate of internal consistency due to its assumption of equal weighting of item, a better estimate can be gained using composite reliability formula".

Berdasarkan uraian di atas terdapat 3 kriteria yang harus terpenuhi untuk evaluasi *outer model* yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Apabila ketiga kriteria tersebut telah terpenuhi, maka model pengukuran ini telah memenuhi kriteria dan dapat digunakan dalam penelitian.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Langkah selanjutnya setelah melakukan evaluasi model pengukuran (*outer model*), dengan kriteria *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite*

realibility dan hasilnya telah memenuhi syarat adalah melakukan evaluasi struktural (*inner model*). *Inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dengan konstruk laten lainnya. Persamaan dari *inner model* adalah sebagai berikut:

$$\eta = \beta \zeta + \epsilon$$

Keterangan:

η : matriks konstrak laten endogen

ζ : matriks konstrak laten eksogen

β : koefisien matriks variabel endogen

γ : koefisien matriks variabel eksogen

ϵ : *inner model* residual matriks

(Sumber : Sofyan dan Heri, 2009: 213)

Evaluasi ini meliputi uji kecocokan model (*model fit*), *path coefficient*, dan R^2 . Uji kecocokan model dilakukan sebelum menguji signifikansi *path coefficient* dan R^2 . Uji *model fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R—squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF). APC dan ARS diterima dengan syarat $p - value < 0.05$ dan AVIF lebih kecil dari 5. Selanjutnya hasil *path coefficient* dan R^2 dapat dilihat pada *direct effect*, hasil dari pengolahan data. *Path coefficient* digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai koefisien jalur. R^2 dapat di lihat pada *effect size*,

digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik *outer model* maupun *inner model* maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Teknik SEM dapat secara simultan menguji model struktural yang kompleks, sehingga dapat diketahui hasil analisis jalur dalam satu kali analisis regresi. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan atau secara bersama-sama dapat dilihat nilai *path coefficients* dan *p-values* dalam *total effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu: $p\text{-value} \leq 0,05$, maka Hipotesis diterima.

$p\text{-value} > 0,05$, maka Hipotesis ditolak.

Keterangan: $p\text{-value}$: *probability value* (nilai probabilitas atau nilai peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Pengambilan data dilakukan di industri perhotelan bintang V di Yogyakarta. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan profil partisipan, hasil statistik deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data.

A. Profil Partisipan

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 177 orang berasal dari 5 Hotel Berbintang V di Yogyakarta. Tabulasi responden berdasarkan jenis kelamin,usia,pendidikan terakhir,lama bekerja,dan jabatan disajikan dalam tabel berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 6. Profil Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
L	104
P	73

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada perempuan. Jumlah responden laki-laki sebanyak 104 orang, perempuan 73 orang.

2. Usia

Tabel 7. Profil Partisipan Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
≤ 30 tahun	124
>30 tahun	53

Sumber: Data primer diolah, 2014

Jika dilihat berdasarkan sebaran usia, jumlah responden yang paling banyak adalah responden yang berusia ≤ 30 tahun, yaitu sebanyak 124 orang. Kemudian untuk responden yang berusia > 30 tahun berjumlah 53 orang.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 8. Profil Partisipan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah
SMA/Sederajat	40
Diploma	74
S1	63

Sumber: Data primer diolah, 2014

Dari total 177 responden, 74 diantaranya lulusan Diploma merupakan jumlah paling banyak. Kemudian ada 63 responden yang memiliki pendidikan terakhir S1 dan lulusan SMA/Sederajat berjumlah 40 responden.

4. Lama Kerja

Tabel 9. Profil Partisipan Berdasarkan Lama Kerja

Lama Kerja	Jumlah
≤ 5 tahun	105
> 5 tahun	72

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan informasi dari total 177 responden, ada 105 responden yang sudah bekerja ≤ 5 tahun, sedangkan yang bekerja >5 tahun ada 72 responden.

5. Jabatan

Tabel 10. Profil Partisipan Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Jumlah
Front Office	36
Kassa	21
Staff Administrasi	28
Staff Akuntan	19
Staff Food & Beverage	32
Staff Spa & Laundry	41

Sumber: Data primer diolah, 2014

Responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah staff/karyawan dari hotel bintang V di Yogyakarta. Jumlah responden Staff Spa & Laundry merupakan responden terbanyak, sebanyak 41 orang. Front Office berjumlah 36 orang, staff food & baverage 32 orang, staff administrasi 28 orang, kassa 21 orang dan responden staff akuntan berjumlah 19 orang.

Dari data profil partisipan yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama bekerja dan jabatan dapat dilihat bahwa terdapat variasi pada masing-masing kelompok. Hal tersebut tidak akan menyebabkan bias pada penelitian ini, karena semua responden merupakan karyawan hotel bintang V di Yogyakarta yang telah memiliki program *corporate social responsibility*, sehingga mereka memiliki persepsi masing-masing atas *corporate social responsibility*. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh responden.

B. Statistik Deskriptif

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan teknik SEM. Setelah melakukan penentuan sampel dilanjutkan dengan membuat statistik deskriptif. Tabel deskriptif menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian, meliputi variabel independen yaitu persepsi atas *corporate social responsibility*, dan variabel dependen yaitu kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Data yang akan diolah adalah data hasil survey pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari data nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata dan standar deviasi. Standar deviasi merupakan cerminan dari rata-rata penyimpangan data dari *mean*. Standar deviasi dapat menggambarkan seberapa jauh bervariasi data. Jika nilai standar deviasi jauh lebih besar dibandingkan nilai *mean*, maka nilai *mean* merupakan representasi yang buruk dari keseluruhan data. Sedangkan jika nilai standar deviasi sangat kecil dibandingkan nilai *mean*, maka nilai *mean* dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data. Statistik deskriptif dimaksudkan untuk menganalisis data berdasarkan atas hasil yang diperoleh dari jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukur variabel.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diperoleh sebanyak 177 data survey dari 5 hotel bintang V di Yogyakarta. Hasil olahan data mengenai statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 11. Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	N	Min	Maks	Mean	Std Deviasi
Kepuasan Kerja	KK 1	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 2	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 3	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 4	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 5	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 6	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 7	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 8	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 9	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 10	177	2	4	3,146893	0,414104
	KK 11	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 12	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 13	177	2	4	3,141243	0,409191
	KK 14	177	2	4	3,141243	0,409191
Komitmen Organisasi	KO 1	177	2	4	3,011299	0,301298
	KO 2	177	2	4	3,011299	0,319600
	KO 3	177	2	4	3,022599	0,336337
	KO 4	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 5	177	2	4	3,011299	0,319600
	KO 6	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 7	177	2	4	3,011299	0,301298
	KO 8	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 9	177	2	4	3,022599	0,336337
	KO 10	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 11	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 12	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 13	177	2	4	3,022599	0,336337
	KO 14	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 15	177	2	4	3,016949	0,328124
	KO 16	177	2	4	3,016949	0,328124
Persepsi atas Corporate Social Responsibility	PCSR 1	177	2	4	3,08476	0,351368
	PCSR 2	177	2	4	3,08476	0,351368
	PCSR 3	177	2	4	3,08476	0,351368
	PCSR 4	177	2	4	3,08476	0,351368

Sumber: Data primer diolah, 2014

Hasil analisis deskriptif tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja diukur menggunakan 14 item indikator dan terdiri dari 14 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 2 sehingga dapat dihitung nilai mean pada keseluruhan indikator kepuasan kerja yaitu 3,141646571 dan nilai standar deviasi pada keseluruhan indikator kepuasan kerja yaitu 0,4095419286. Berdasarkan nilai mean yang lebih besar dari standard deviasi dapat disimpulkan bahwa tingkat variabel kepuasan kerja dalam penelitian ini baik sebagai representasi data.

2) Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi diukur menggunakan 16 item indikator dan terdiri dari 16 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 2 sehingga dapat dihitung nilai mean pada keseluruhan indikator komitmen organisasi yaitu 3,01659625 dan nilai standar deviasi pada keseluruhan indikator komitmen organisasi yaitu 0,32524556. Berdasarkan nilai mean yang lebih besar dari standard deviasi dapat disimpulkan bahwa tingkat variabel Komitmen organisasi dalam penelitian ini baik sebagai representasi data.

3) Persepsi atas *corporate social responsibility*

Persepsi atas *corporate social responsibility* diukur menggunakan 4 item indikator dan terdiri dari 4 pernyataan dengan 4 skala likert. Variabel ini memiliki nilai maksimum 4 dan nilai minimum 2 sehingga dapat dihitung nilai mean pada keseluruhan indikator persepsi atas *corporate social responsibility* yaitu 3,08476 dan nilai standar deviasi pada keseluruhan indikator persepsi atas

corporate social responsibility yaitu 0,351368. Berdasarkan nilai mean yang lebih besar dari standard deviasi dapat disimpulkan bahwa tingkat variabel persepsi atas *corporate social responsibility* dalam penelitian ini baik sebagai representasi data.

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Langkah selanjutnya yaitu evaluasi *outer model* dilakukan melalui 3 kriteria yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. Berikut ini adalah hasil pengolahan data:

a. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

Convergent validity dari model pengukuran dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor konstruknya (*loading factor*) dengan kriteria nilai *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0,70 dapat dikatakan valid. Selanjutnya untuk nilai *p-value* apabila $< 0,05$ dianggap signifikan.

Dalam buku Machfud dan Dwi (2013: 66) dijelaskan bahwa dalam beberapa kasus, syarat *loading* di atas 0,70 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, *loading* antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk dipertahankan. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa, indikator dengan *loading* $< 0,40$ dihapus dari model. Penghapusan indikator dengan *loading* antara 0,40-0,70 dilakukan apabila indikator tersebut dapat meningkatkan AVE dan *composite reliability* diatas nilai batasannya. Nilai batasan untuk AVE 0,50 dan *composite reliability* adalah 0,50.

Berikut ini hasil pengolahan data:

Tabel 12. Hasil *output combined loadings and cross-loading*

Indikator	KO	KK	PCSR	SE	Value	Keterangan
KK 1	(0,989)	-0,012	-0,004	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 2	(0,969)	0,004	-0,108	0,077	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 3	(0,989)	-0,012	-0,004	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 4	(0,969)	0,004	-0,108	0,077	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 5	(0,989)	-0,012	-0,004	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 6	(0,977)	0,025	0,104	0,077	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 7	(0,977)	0,025	0,104	0,077	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 8	(0,977)	-0,009	0,051	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 9	(0,977)	-0,005	-0,011	0,077	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 10	(0,990)	-0,021	0,029	0,071	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 11	(0,977)	-0,009	0,051	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 12	(0,969)	0,035	0,007	0,078	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 13	(0,989)	-0,012	-0,004	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KK 14	(0,982)	-0,002	-0,101	0,074	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 1	-0,129	(0,784)	0,109	0,139	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 2	0,321	(0,877)	-0,356	0,133	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 3	-0,069	(0,986)	0,105	0,098	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 4	-0,037	(0,987)	0,033	0,103	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 5	0,180	(0,978)	-0,197	0,111	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Indikator	KO	KK	PCSR	SE	Value	Keterangan
KO 6	0,189	(0,959)	-0,218	0,110	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 7	-0,129	(0,784)	0,109	0,139	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 8	-0,078	(0,970)	0,089	0,102	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 9	-0,069	(0,986)	0,105	0,098	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 10	-0,078	(0,970)	0,089	0,102	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 11	-0,037	(0,987)	0,033	0,103	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 12	0,189	(0,959)	-0,218	0,110	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 13	-0,069	(0,986)	0,105	0,098	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 14	-0,078	(0,970)	0,089	0,102	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 15	-0,037	(0,987)	0,033	0,103	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO 16	-0,078	(0,970)	0,089	0,102	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PCSR 1	0,234	0,156	(0,821)	0,128	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PCSR 2	0,335	-0,086	(0,805)	0,129	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PCSR 3	0,302	-0,007	(0,896)	0,105	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PCSR 4	-0,217	-0,059	(0,882)	0,118	<0,001	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber: Data primer diolah, 2014

Di bawah ini merupakan uraian berdasarkan hasil olah data di atas untuk tiap variabel:

- 1) *Convergent validity* untuk konstruk kepuasan kerja.

Berdasarkan tabel 12 di atas, hasil dari pengolahan data menunjukkan ke 14 indikator dalam variabel kepuasan kerja yaitu KK 1, KK 2, KK 3, KK 4, KK 5, KK 6, KK 7, KK 8, KK 9, KK 10, KK 11, KK 12, KK 13 dan KK 14 memiliki

nilai *loading* $> 0,70$ yang sudah memenuhi kriteria *convergent validity*. *P-value* juga telah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai sebesar $<0,001$ ($< 0,05$) untuk semua indikator.

2) *Convergent validity* untuk konstruk komitmen organisasi.

Berdasarkan tabel 12 di atas, hasil dari pengolahan data menunjukkan 16 indikator dari variabel komitmen organisasi yaitu KO 1 , KO 2, KO 3, KO 4, KO 5, KO 6, KO 7, KO 8, KO 9, KO 10, KO 11, KO 12, KO 13, KO 14, KO 15 dan KO 16 memiliki nilai *loading* $> 0,70$ yang sudah memenuhi kriteria *convergent validity*. *P-value* juga telah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai sebesar $<0,001$ ($< 0,05$) dalam semua indikator.

3) *Convergent validity* untuk konstruk PCSR (Persepsi atas *Corporate Social Responsibility*).

Berdasarkan tabel 12 di atas, hasil dari pengolahan data menunjukkan variabel Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* yaitu PCSR 1, PCSR 2, PCSR 3 dan PCSR 4 memiliki nilai *loading* $> 0,70$ yang sudah memenuhi kriteria pada semua indikator. *P-value* juga telah memenuhi syarat yaitu memiliki nilai sebesar $<0,001$ ($< 0,05$) pada semua indikator.

Pengukuran lainnya dari *convergent validity* adalah dengan melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono (2013: 73) menyatakan bahwa AVE (*Average Variance Extracted*) juga digunakan untuk evaluasi validitas konvergen, kriteria yang harus dipenuhi yaitu nilai AVE $> 0,50$. Berikut adalah hasil AVE setiap konstruk yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 13. Hasil *Output Latent Variable Coefficients*

	KK	KO	PCSR
<i>R-Squared</i>	0,884	0,308	
<i>Composite reliab.</i>	0,997	0,993	0,913
Cronbach's Alpha	0,997	0,992	0,873
<i>Avg. var. extrac.</i>	0,961	0,900	0,725
<i>Full Collin. VIF</i>	5,131	1,251	5,146
<i>Q-squared</i>	0,881	0,304	

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berikut ini, dimasukkan dalam tabel untuk memudahkan untuk membaca data:

Tabel 14. Nilai AVE

<i>Average Variances Extracted (AVE)</i>			
Variabel Laten	Nilai AVE	Kriteria	Keterangan
KK	0,961	> 0,50	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KO	0,900	> 0,50	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PCSR	0,725	> 0,50	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber : Data primer diolah, 2014

Berdasarkan hasil tersebut ketiga konstruk telah memenuhi *convergent validity*. Kepuasan kerja dengan nilai $0.961 > 0,50$, komitmen organisasi dengan nilai $0,900$ juga telah memenuhi nilai $> 0,50$ dan PCSR (Persepsi atas *Corporate Social Responsibility*) memiliki nilai $0,725 > 0,50$. Kesimpulannya keseluruhan variabel telah memenuhi kriteria *convergent validity*.

Selanjutnya analisis mengenai *standard error*, yang pada gambar 3. dituliskan dengan huruf SE. Semakin kecil *standard error* dari suatu indikator maka semakin baik atau semakin layak. *Standard error* yang besar menunjukkan adanya ketidaklayakan model yang disusun, dan diharapkan nilainya relatif kecil yaitu dibawah $0,5$ atau $0,4$ dan tidak boleh bernilai negatif (Konsultan Statistik, 2009). Berikut ini disajikan dalam tabel untuk masing-masing indikator:

Tabel 15. Hasil Standard Error

Indikator	SE (<i>Standard Error</i>)	Kriteria	Keterangan
KK 1	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 2	0,077	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 3	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 4	0,077	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 5	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 6	0,077	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 7	0,077	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 8	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 9	0,077	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 10	0,071	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 11	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 12	0,078	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negative	Memenuhi kelayakan model
KK 13	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KK 14	0,074	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 1	0,139	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 2	0,133	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 3	0,098	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 4	0,103	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 5	0,111	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 6	0,110	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model

Indikator	SE (Standard Error)	Kriteria	Keterangan
KO 7	0,139	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 8	0,102	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 9	0,098	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 10	0,102	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 11	0,103	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 12	0,110	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 13	0,098	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 14	0,102	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 15	0,103	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
KO 16	0,102	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
PCSR 1	0,128	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
PCSR 2	0,129	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
PCSR 3	0,105	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model
PCSR 4	0,118	< 0,5 atau < 0,4 dan tidak negatif	Memenuhi kelayakan model

Sumber : Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator memiliki kelayakan model. Variabel kepuasan kerja (KK), komitmen organisasi (KO) dan Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* (PCSR) memiliki nilai *standard error* yang sesuai kriteria yaitu < 0,5 dan dianggap layak.

b. Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Discriminant validity dinilai dari *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Dapat dilihat dengan melihat *loading* konstruk laten, yang akan memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya. Jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikator) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya maka validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 16. Nilai *Loading* Konstruk laten indikator dan ke konstruk lainnya

Indikator	Loading		Nilai <i>Loading</i> ke konstruk lainnya			Keterangan
			KK	KO	PCSR	
KK 1	(0,989)	>		-0,012	-0,004	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 2	(0,969)	>		0,004	-0,108	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 3	(0,989)	>		-0,012	-0,004	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 4	(0,969)	>		0,004	-0,108	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 5	(0,989)	>		-0,012	-0,004	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 6	(0,977)	>		0,025	0,104	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 7	(0,977)	>		0,025	0,104	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 8	(0,977)	>		-0,009	0,051	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 9	(0,977)	>		-0,005	-0,011	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 10	(0,990)	>		-0,021	0,029	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 11	(0,977)	>		-0,009	0,051	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 12	(0,969)	>		0,035	0,007	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 13	(0,989)	>		-0,012	-0,004	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KK 14	(0,982)	>		-0,002	-0,101	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>

Indikator	Loading		Nilai Loading ke konstruk lainnya			Keterangan
			KK	KO	PCSR	
KO 1	(0,784)	>	-0,129		0,109	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 2	(0,877)	>	0,321		-0,356	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 3	(0,986)	>	-0,069		0,105	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 4	(0,987)	>	-0,037		0,033	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 5	(0,978)	>	0,180		-0,197	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 6	(0,959)	>	0,189		-0,218	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 7	(0,784)	>	-0,129		0,109	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 8	(0,970)	>	-0,078		0,089	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 9	(0,986)	>	-0,069		0,105	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 10	(0,986)	>	-0,078		0,089	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 11	(0,987)	>	-0,037		0,033	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 12	(0,959)	>	0,189		-0,218	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 13	(0,986)	>	-0,069		0,105	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 14	(0,970)	>	-0,078		0,089	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 15	(0,987)	>	-0,037		0,033	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
KO 16	(0,970)	>	-0,078		0,089	Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
PCSR 1	(0,821)	>	0,234	0,156		Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
PCSR 2	(0,805)	>	0,335	-0,086		Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
PCSR 3	(0,896)	>	0,302	-0,007		Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>
PCSR 4	(0,882)	>	-0,217	-0,059		Memenuhi <i>Discriminant Validity</i>

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan data di atas, keseluruhan indikator telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Variabel kepuasan kerja yang memiliki 14 indikator yang dilambangkan dengan KK 1 sampai dengan KK 14. KK 1 memiliki nilai *loading* 0,989 yang nilai *loading*-nya lebih besar dari *loading* ke konstruk lain yaitu -0,012 dan -0,004 dan ke 13 indikator kepuasan kerja lainnya juga memiliki nilai *loading* yang lebih besar dari nilai *loading* ke konstruk lain.

Variabel komitmen organisasi yang memiliki 16 indikator yang dilambangkan dengan KO 1 sampai dengan KO 16. KO 1 memiliki nilai *loading* 0,784 yang nilai *loading*-nya lebih besar dari *loading* ke konstruk lain yaitu -0,129 dan 0,109 dan ke 15 indikator komitmen organisasi lainnya juga memiliki nilai *loading* yang lebih besar dari nilai *loading* ke konstruk lain.

Variabel Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* memiliki 4 indikator yang dilambangkan dengan PCSR 1 sampai dengan PCSR 4. PCSR 1 memiliki nilai *loading* 0,821 yang nilai *loading*-nya lebih besar dari *loading* ke konstruk lain yaitu 0,234 dan 0,156 dan ke 3 indikator Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* lainnya juga memiliki nilai *loading* yang lebih besar dari nilai *loading* ke konstruk lain. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

c. *Composite Reliability*

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas konstruk yang dapat diukur dengan 2 kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* > 0,70. Berikut ini hasil dari

output latent variable coefficients disajikan kembali untuk memudahkan dalam analisis:

Tabel 17. *Output latent variabel coefficients*

	KK	KO	PCSR
<i>R-Squared</i>	0,884	0,308	
<i>Composite reliab.</i>	0,997	0,993	0,913
Cronbach's Alpha	0,997	0,992	0,873
<i>Avg. var. extrac.</i>	0,961	0,900	0,725
<i>Full Collin. VIF</i>	5,131	1,251	5,146
<i>Q-squared</i>	0,881	0,304	

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berikut ini hasil dari koefisien variabel laten disajikan dalam tabel:

Tabel 18. *Latent Variabel Coefficients*

	KK	KO	PCSR	Kriteria	Keterangan
<i>Composite Reliability</i>	0,997	0,993	0,913	>0,70	Reliabel
Cronbach's Alpha	0,997	0,992	0,873	0,5 baik dan 0,3 cukup	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel di atas, hasil tersebut menunjukkan *composite reliability* dari masing-masing konstruk, yaitu kepuasan kerja (KK) (0,997), komitmen organisasi (KO) (0,993), Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* (PCSR) (0,913). Hasil dari *cronbach's alpha* juga menunjukkan bahwa kepuasan kerja (KK) (0,997), komitmen organisasi (KO) (0,992), Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* (PCSR) (0,873). Berdasarkan hasil dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha*, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel telah memenuhi kriteria *composite reliability*.

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi struktural (*inner model*) yang meliputi uji kecocokan model (*model fit*), *path coefficient*, dan R^2 . Pada uji kecocokan model terdapat 3 indeks pengujian, yaitu *average path coefficient* (APC), *average R— squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF) dengan kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat $p - value < 0,05$ dan AVIF lebih kecil dari 5 (Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono, 2013: 61).

Gambar 3. *Output General SEM analysis results*

Model fit Indices and P values	

APC = 0,748, P<0,001	
ARS = 0,596, P<0,001	
AVIF= 1,000, Good if < 5	

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berikut ini adalah hasil *output model fit indices* yang disajikan dalam tabel yaitu:

Tabel 19. Hasil Output *Model Fit Indices*:

	Indeks	p—value	Kriteria	Keterangan
APC	0,748	p < 0,001	p < 0,05	Diterima
ARS	0,596	p < 0,001	p < 0,05	Diterima
AVIF	1,000 Good if < 5		AVIF < 5	Diterima

Sumber : Data primer diolah, 2014

Hasil *output* di atas, menjelaskan bahwa APC memiliki indeks sebesar 0,748 dengan nilai $p - value < 0,001$. Sedangkan ARS memiliki indeks sebesar 0,596 dengan $p - value < 0,001$. Berdasarkan kriteria, APC sudah memenuhi kriteria karena memiliki nilai $p < 0,001$. Begitu pula dengan nilai p dari ARS yaitu $p < 0,001$. Nilai AVIF yang harus < 5 sudah terpenuhi karena berdasarkan data

tersebut AVIF nilainya 1,000. Dengan demikian, maka *inner model* dapat diterima.

4. Hasil Uji Hipotesis

Penelitian atau hipotesis. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian yang terdapat di bab dua. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Berikut ini hipotesis yang dimaksudkan untuk membuktikan kebenaran dugaan penelitian yang terdiri dari dua hipotesis, yaitu:

H1 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

H2 = Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

Berikut ini tabel hasil penelitian dari *effect size* yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data:

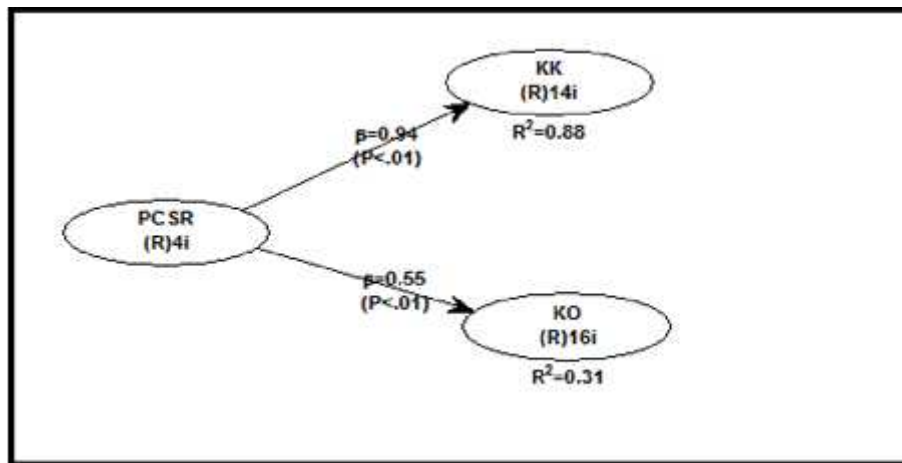
Tabel 20. *Direct Effects*

Kriteria	Variabel	KK	KO	PCSR
<i>Path coefficients</i>	KK	-	-	-
	KO	-	-	-
	PCSR	0,940	0,555	-
<i>p-values</i>	KK	-	-	-
	KO	-	-	-
	PCSR	<0,001	<0,001	-
<i>Effect sizes for path</i>	KK	-	-	-
	KO	-	-	-
	PCSR	0,884	0,308	-

Sumber : Data primer diolah, 2014

Berikut ini merupakan gambar hasil penelitian dari *effect size* yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data:

Gambar 4. Hasil Penelitian



Sumber : Data primer diolah, 2014

(Angka merupakan pembulatan dari *path coefficients* dan *p-values* pada tabel 20)

Keterangan: KK : Kepuasan Kerja
 KO : Komitmen Organisasi
 PCSR : Persepsi atas *Corporate Social Responsibility*

Berikut ini, pengujian hipotesis diuraikan lebih lanjut:

1. Uji Hipotesis 1

a. Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

b. Dasar Pengambilan Keputusan

$p\text{-value} \leq 0,05$, maka Hipotesis diterima.

$p\text{-value} > 0,05$, maka Hipotesis ditolak.

c. Keputusan

$p\text{-value} = <0,001$ ($\leq 0,05$) maka H1 diterima.

d. Kesimpulan

Variabel persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap variabel kepuasan kerja pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan kerja yang dapat diamati melalui nilai koefisien jalur yang cukup besar yaitu 0,940. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka kepuasan kerja akan meningkat sebesar 0,940 dan begitu pula sebaliknya, setiap terjadi penurunan persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka kepuasan kerja akan menurun sebesar 0,940.

Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,884 berarti bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi variabel kepuasan kerja pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 88,4% dan sisanya 11,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

2. Uji Hipotesis 2

a. Hipotesis

H2 : Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

b. Dasar Pengambilan Keputusan

$p\text{-value} \leq 0,05$, maka Hipotesis diterima.

$p\text{-value} > 0,05$, maka Hipotesis ditolak.

c. Keputusan

$p\text{-value} = <0,001$ ($\leq 0,05$) maka H2 diterima.

d. Kesimpulan

Variabel persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap variabel komitmen organisasi yang dapat diamati melalui nilai koefisien jalur yang cukup besar yaitu 0,555. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka komitmen organisasi akan meningkat sebesar 0,555 dan begitu pula sebaliknya, setiap terjadi penurunan persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka komitmen organisasi akan menurun sebesar 0,555.

Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,308 berarti variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 30,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3. Uji Hipotesis 3

Berikut ini adalah hasil korelasi secara simultan atau secara bersama-sama antara *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi.

a. Hipotesis

H3 : Terdapat pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi (survey pada hotel bintang V di Yogyakarta).

Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan atau secara bersama-sama dapat dilihat nilai *path coefficients* dan *p-values* dalam *total effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan. Berikut ini tabel hasil penelitian dari *total effects* yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data

Tabel 21. *Total Effects*

Kriteria	Variabel	KK	KO	PCSR
<i>Path coefficients</i>	KO	-	-	0,940
	KK	0,239	-	0,322
	PCSR	-	-	-
<i>p-values</i>	KK	-	-	<0,001
	KO	0,138	-	0,033
	PCSR	-	-	-
<i>Effect sizes for path</i>	KK	-	-	0,884
	KO	0,132	-	0,303
	PCSR	-	-	-
<i>Number of paths</i>	KK	-	-	1
	KO	1	-	2
	PCSR	-	-	-

Sumber : Data primer diolah, 2014

b. Dasar Pengambilan Keputusan

$p\text{-value} \leq 0,05$, maka Hipotesis diterima.

$p\text{-value} > 0,05$, maka Hipotesis ditolak.

c. Keputusan

$p\text{-value} = 0,033$ ($\leq 0,05$) maka H3 diterima.

d. Kesimpulan

Variabel persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan kerja dan komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan kerja dan komitmen organisasi yang dapat diamati melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,322. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka secara simultan atau secara bersama-sama kepuasan kerja dan komitmen organisasi akan meningkat sebesar 0,322 dan begitu pula sebaliknya, setiap terjadi penurunan persepsi karyawan atas *corporate social responsibility*, maka secara simultan atau secara bersama-sama kepuasan kerja dan komitmen organisasi akan menurun sebesar 0,322.

Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, dimana nilainya sebesar 0,303 berarti variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi variabel kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 30,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian ini.

Setelah melakukan uji hipotesis di atas, berikut ini tabel yang merangkum uji hipotesis-hipotesis tersebut:

Tabel 21. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Independen	Dependen	<i>p-values</i>	Keputusan
H1	Persepsi atas <i>corporate social responsibility</i>	Kepuasan kerja	<0,001	Diterima
H2	Persepsi atas <i>corporate social responsibility</i>	Komitmen organisasi	<0,001	Diterima
H3	Persepsi atas <i>corporate social responsibility</i>	Kepuasan kerja dan Komitmen organisasi	0,322	Diterima

Sumber: Data primer diolah, 2014

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis di atas, dapat diperoleh:

1. Uji hipotesis 1 diterima, artinya variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan kerja pada hotel bintang V di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta () sebesar 0,940.
2. Uji hipotesis 2 diterima, artinya variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta () sebesar 0,555.
3. Uji hipotesis 3 diterima, artinya variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai beta () sebesar 0,322.

C. Pembahasan

Penelitian ini membahas pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap kepuasan kerja, pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* terhadap komitmen organisasi dan pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* secara simultan atau secara bersama-sama terhadap komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.

a. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja. Hasil ini sama dengan teori atau temuan dalam penelitian sebelumnya oleh Ken (2014) yang meneliti persepsi atas *corporate social responsibility* karyawan di Australia yang menghasilkan persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja. Hasil ini juga sama dalam penelitian sebelumnya oleh Triwitosari (2012) bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja.

Dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai koefisien beta yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka semakin baik pula kepuasan kerja yaitu dengan nilai beta () sebesar 0,940. Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, nilainya sebesar 0,884 yang berarti bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi variabel kepuasan kerja pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 88,4%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* dapat memengaruhi peningkatan kepuasan kerja yang cukup besar. Sehingga dapat disimpulkan, semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka kepuasan kerja semakin meningkat. Artinya perusahaan yang menerapkan program *corporate social responsibility* dengan baik dan dapat membentuk persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* dengan baik dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan. Kepuasan kerja berdampak baik pada kinerja karyawan yang dapat menyejahterahkan perusahaan dan pihak berkepentingan lainnya sehingga perlunya penerapan program *corporate social responsibility* oleh perusahaan/unit bisnis.

b. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Komitmen Organisasi

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi. Hasil ini sama dalam penelitian sebelumnya oleh Triwitosari (2012) bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi. Dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai koefisien beta yang cukup besar, yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka semakin baik pula komitmen organisasi yaitu dengan nilai beta () sebesar 0,555, artinya variabel Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, nilainya sebesar 0,308 yang

berarti bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi variabel komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 30,8%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* dapat memengaruhi peningkatan komitmen organisasi. Sehingga dapat disimpulkan, semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka semakin meningkat komitmen organisasi. Artinya perusahaan yang menerapkan program *corporate social responsibility* dengan baik dan dapat membentuk persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* dengan baik dapat mempengaruhi komitmen organisasi karyawan.

c. Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* secara simultan atau secara bersama-sama terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Hasil ini sama dalam penelitian sebelumnya oleh Triwitosari (2012) bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi. Dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai koefisien beta yang positif, yang menunjukkan bahwa semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka secara simultan atau secara bersama-sama semakin baik pula kepuasan kerja dan komitmen organisasi yaitu dengan nilai beta () sebesar 0,322, artinya variabel Persepsi atas *Corporate*

Social Responsibility memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan kerja dan komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta. Nilai R^2 dapat dilihat pada *effect size*, nilainya sebesar 0,303 yang berarti bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* memengaruhi secara simultan atau secara bersama-sama variabel kepuasan kerja dan komitmen organisasi pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta sebesar 30,3%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi atas *corporate social responsibility* dapat memengaruhi secara simultan atau secara bersama-sama peningkatan kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Sehingga dapat disimpulkan, semakin baik persepsi atas *corporate social responsibility* maka secara simultan atau secara bersama-sama semakin meningkat kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Artinya perusahaan yang menerapkan program *corporate social responsibility* dengan baik dan dapat membentuk persepsi karyawan atas *corporate social responsibility* dengan baik dapat mempengaruhi secara simultan atau secara bersama-sama kepuasan kerja dan komitmen organisasi karyawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebagaimana telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil menunjukkan bahwa $r = 0,940$ dan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001 (\leq 0,05)$. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi kesalahan sebesar 5% atau 0,05, sehingga dengan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001 (\leq 0,05)$ menunjukkan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kepuasan kerja pada karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.
2. Persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap komitmen organisasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil menunjukkan $r = 0,555$ dan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001 (\leq 0,05)$. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi kesalahan sebesar 5% atau 0,05, sehingga dengan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001 (\leq 0,05)$ menunjukkan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap komitmen organisasi karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.
3. Persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan secara bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil menunjukkan $r = 0,322$ yang bernilai positif dan $p\text{-value}$ sebesar $0,03 (\leq 0,05)$. Penelitian ini

menggunakan tingkat signifikansi kesalahan sebesar 5% atau 0,05, sehingga dengan *p-value* sebesar $0,03(\leq 0,05)$ menunjukkan bahwa persepsi atas *corporate social responsibility* berpengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan kerja dan terhadap komitmen organisasi karyawan hotel bintang V di Yogyakarta.

B. Saran

Penelitian ini tentu masih banyak kekurangan dan kelemahan, sehingga diperlukan perbaikan-perbaikan yang dapat membangun penelitian selanjutnya agar menjadi lebih sempurna. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan ruang lingkup penelitian yang lebih luas, mengambil objek bidang perhotelan tidak hanya lingkup regional tetapi bisa nasional bahkan internasional. Hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan untuk seluruh perhotelan di semua hotel Indonesia.
2. Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel dependen atau variabel moderating lebih banyak agar dapat mencerminkan pengaruh persepsi atas *corporate social responsibility* yang di duga lebih luas seperti kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aman, Wolfgang dan Stanusch. (2013) *Integrity in Organizations*, Palgrave Macmillan, New York.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Atmasari (2014) *Penanaman Pohon oleh Hotel Dinilai Hanya Pencitraan*, PT. Harian Jogja.Yogyakarta.
- Azheri, Busyra, (2011). *Corporate Social Responsibility* dari Voluntary Menjadi Mandatory, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Barnett, R.H., Cox, S.A., O'Cull, L.D. (2003). *Embedded C Programming and the Atmel AVR*. New York: Thomson Delmar Learning.
- Byars, L.L., and L. W., Rue, (2005). *Human Resources Management*, Mc Graw-Hill, New York, hal. 275.
- Freeman dan Stoner, James, A. F dan. (1994). *Manajemen* (edisi Bahasa Indonesia). Edisi Kelima. Jakarta: Prenhallindo.
- Hasibuan, M., (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Indonesia Jakarta.
- Hatmoko,T. (2006). Pengaruh Kepuasan kerja terhadap Komitmen Organisasi dan pembedaannya terhadap karakteristik Demografik (online). (www.darulnuman.com/tesis/kepuasankerja.hatmoko.html, diakses pada tanggal 20 November 2014).
- Harian Jogja. (2014). Penanaman Pohon oleh Hotel Dinilai Hanya Pencitraan (<http://jogja.solopos.com/baca/2014/12/15/penanaman-pohon-oleh-hotel-dinilai-hanya-pencitraan-560055>) diakses pada tanggal 10 Februari 2015).
- Heryani. (2013). Analisis Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (Diversity & Employee Support)* Terhadap Kinerja Karyawan (STUDI KASUS PT. BATU RONA ADIMULYA).*Skripsi*.Universitas Sriwijaya.
- Husein Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

- Indriantoro dan Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ken. (2014). *The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes*. *Journal. University of Notre Dame*.
- Kotler, Philip, (2004). "*Manajemen Pemasaran*". Jilid I, Jakarta : Indeks.
- Kreitner, Robert & Kinicki., Anggelo. (2005). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Luthans, Fred. (2006). *Perilaku Organisasi*, (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta: ANDI.
- Mahfud Sholihin dan Dwi Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non Linier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension & Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 78, No. 4, 538-551.
- Mela. (2013). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Persepsi Karyawan Pada Departemen Produksi II PT. Chang Jui Fang Indonesia Indramayu)*. *Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Moir, Lance, (2001). *What do we mean by Corporate Social Responsibility? : Corporate Governance*, Research Papers Vol.1 No.2
- Nagar, Komal. (2012). *Organizational Commitment and Job Satisfaction Among Teachers*. *Vilkapa*. Vol.37 (2), pp: 43-60.
- Nelson, D.L., and J.C., Quick, (2006). *Organizational Behavior Foundations Realities and Challenges*, Thompson South Western, United States of America, hal. 120.
- Raharjo, Toto Susilo., Durrotun Nafisah. (2006). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen organisasi Dan Kinerja Karyawan (Studi Empiris Pada Departemen Agama Kabupaten Kendal Dan Departemen Agama Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol.3 (2): h: 69-81.

Republik Indonesia, UU. No. 23 tahun (1997) tentang pengelolaan lingkungan hidup.

Republik Indonesia, UU. No. 47 tahun (2012) tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Retnaningsih, Sudarwanti. (2007). Analisis Pengaruh Keadilan Kompensasi, Peran Kepemimpinan, dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus: Pada Sentral Pengolahan Pos Semarang) :Tesis Pasca Sarjana Pada Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Robbins, P. Stephen. (2003). Perilaku Organisasi. Jakarta : PT. INDEKS Kelompok Gramedia.

Rudi Gunawan. (2013). Hotel Mercure pecat 48 pegawai tanpa pesangon dalam <http://daerah.sindonews.com/read/787874/25/hotel-mercure-pecat-48-pegawai-tanpa-pesangon-1380194326>. Diakses pada 21 november 2014.

Sabir, M. Suleman., et al. (2011). Impact of Leadership Style on Organization Commitment: In AA Mediating Role of Employee Values. 2011. Journal of Economics and Behavioral Studies.Vol. 3 (2), pp: 145-152.

Sirait. (2012). Penegakkan Hukum Penyelesaian Sengketa Lingkungan Di Luar Pengadilan Akibat Pencemaran Limbah Cair Antara Hotel Mesra Dengan Warga RT 20, 23, 24, 25 dan 26 Kelurahan Dadi Mulya Kota Samarinda.

Sofyan Yamin dan Heri Kurniawan. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Empat.

_____. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modelling: Aplikasi dengan Software XLStat, SmartPLS dan Visual PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.

Suharto, Edi. (2008). “Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate” makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta.

Sugiyono. (2010).*Statistika Untuk Penelitian*.Bandung:Alfabeta.

Tanudjaja, Bing Bedjo. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility diIndonesia dalam<http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=DKV>. Diakses pada 23 Oktober 2014.

- Triwitosari, Wreda. (2012). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Internal Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja (Studi pada PT PG Rajawali I Unit PG Kreet Baru Bululawang Malang).*Skripsi*. Universitas Negeri Malang.
- Walgito,Bimo. (2002). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*.Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, Yusuf. (2007). Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (*Corporate Social Responsibility*). Gresik: Fascho Publishing.
- Zeithaml L, Valerie A; A. Parasuraman; Leonardo L. Berry, (2003). “*Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality*”. *Journal of Retailing*, Vol. 64, no. 1, pp 12-3.

Lampiran

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian dari Fakultas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 586168 Ext. 817 Fax. (0274) 554902
Website : <http://www.fe.uny.ac.id> e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor : /UN34.18/LT/2014
Hal : Permohonan Ijin Survey
3 Desember 2014

Yth.

- | | |
|--|---|
| 1. Direktur/Manajer Melia Purosani
Jl. Suryatomo No. 31
Yogyakarta | 4. Direktur/Manajer Grand Aston
Jl. Urip Sumoharjo No. 37
Yogyakarta |
| 2. Direktur/Manajer Royal Ambarukmo
Jl. Adi Sucipto No. 81
Yogyakarta | 5. Direktur/Manajer Sheraton Mustika
Yogyakarta Resort & Spa
Jl. Laksda Adi Sucipto km. 8,7
Yogyakarta |
| 3. Direktur/Manajer Hyatt Regency
Jl. Palagan Tentara Pelajar
Yogyakarta | |

Kami sampaikan dengan hormat permohonan ijin penelitian Tugas Akhir Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ovi Engga Arista
NIM : 11412141004
Jurusan/Prodi : Pendidikan Akuntansi/Akuntansi
Judul : Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepuasan Kerja Karyawan dan Komitmen Organisasi (Studi Empiris pada Hotel Bintang V di Yogyakarta)

Atas kerjasama dan ijinnya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

Prof. Dr. Moerdianto M.Pd., MM
NIP. 19580307 198303 1 001

Lampiran 2. Surat Ijin Penelitian dari PHRI



Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia
(Indonesia Hotel & Restaurant Association)
Badan Pimpinan Daerah
Daerah Istimewa Yogyakarta



SURAT REKOMENDASI
No. 013/BPD PHRI DIY/XI/2014

Badan Pimpinan Daerah (BPD) Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Propinsi DIY menyatakan bahwa :



Nama : Ovi Engge Arista
No. Mahasiswa : 11412141004
Program Studi : Akuntansi
Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat : Kampus Karangmalang Yogyakarta



Acatan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta yang akan mengadakan penelitian/mencari data untuk keperluan penyusunan skripsi.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya yang bersangkutan dapat dibantu dan diberi kemudahan dalam proses pengumpulan data.

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 21 November 2014

BPD PHRI DIY

Drs. Isidius M. Danunagoro, MH
Ketua



Sekretariat : Taman Kuliner Condong Catur Blok K-1C, Jl. Angsara III, Condong Catur, Sleman Yogyakarta
Telp. 62 - 274 - 6326495 , Fax : 62-274 - 6996435 , Email : phridy@yahoo.com

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

INSTRUMEN PENELITIAN

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth : Jajaran Organisasi Hotel

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi (Survey Pada Hotel Bintang V di Yogyakarta)”**, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini secara lengkap dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Mengingat kualitas penelitian ini sangat bergantung pada Bapak/Ibu/Sdra/I, maka saya berharap Bapak/Ibu/Sdra/I dapat menjawab dengan sejujurnya tentang apa yang dirasakan, dilakukan, dan dialami, bukan berdasarkan kondisi ideal, tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam penelitian ini sesuai dengan kode etik penelitian, semua data yang masuk akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis saja.

Selanjutnya saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/I dalam mengisi kuesioner ini adalah bantuan yang tidak ternilai harganya bagi saya. Akhirnya, saya sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Hormat Saya,

Ovi Engga Arista

KUESIONER PENELITIAN

IDENTIFIKASI MASALAH

Nama Responden : (Boleh Tidak Diisi)

Umur Responden :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Jenjang pendidikan : () SMA Sederajat () Diploma () S1

Jabatan :

Lama Bekerja :

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon dengan hormat, bantuan, dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pernyataan dalam kuesioner ini
2. Berika tanda *tick mark* (✓) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada 4 (empat) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

BAGIAN A (Kepuasan Kerja)

Kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting.(Fred Luthans, 2006:243)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Organisasi saya memberikan tugas yang menarik dalam pekerjaan.				
2.	kesempatan untuk belajar diberikan secara adil dalam organisasi.				
3.	kesempatan untuk menerima tanggung jawab pekerjaan diberikan secara adil dalam organisasi.				
4.	Gaji yang diberikan sesuai dengan beban kerja dalam organisasi.				
5.	Pemberian gaji diberikan secara Adil dalam organisasi.				
6.	Keterbukaan proses promosi diberlakukan dalam organisasi.				
7.	Pemberian promosi diberikan secara adil dalam organisasi.				
8.	Atasan saya memiliki kepedulian terhadap bawahan.				
9.	Atasan saya memiliki iklim partisipasi yang baik dalam organisasi.				
10.	saya memiliki rekan kerja yang dapat diajak kerjasama dengan baik dalam organisasi.				
11.	saya memiliki dukungan rekan kerja yang baik dalam organisasi.				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
12.	saya memiliki bantuan rekan kerja yang baik dalam organisasi.				
13.	saya memiliki kondisi lingkungan yang mendukung pekerjaan dalam organisasi.				
14.	saya memiliki kelengkapan fasilitas kerja dalam organisasi.				

BAGIAN B (Komitmen Organisasi)

Komitmen organisasional adalah loyalitas karyawan terhadap organisasi melalui penerimaan sasaran-sasaran, nilai-nilai organisasi, kesediaan atau kemauan untuk berusaha menjadi bagian dari organisasi, serta keinginan untuk bertahan di dalam organisasi (Hatmoko, 2006).

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
15.	Saya percaya dan menerima pada nilai dan tujuan organisasi.				
16.	Saya memiliki keterikatan emosional dengan organisasi.				
17.	Saya merasa organisasi seperti keluarga saya sendiri dan saya menjadi bagiannya				
18.	Saya memiliki kesanggupan menjadi anggota organisasi sampai akhir karir saya.				
19.	Saya membutuhkan organisasi ini dengan sepenuh hati dan perasaan saya.				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
20.	Saya merasakan ketidakpastian mendapat pekerjaan di luar organisasi.				
21.	Saya memiliki kesanggupan untuk bekerja lebih serius.				
22.	Saya memiliki kesanggupan untuk memelihara keanggotaan di dalam organisasi.				
23.	Saya memiliki kewajiban moral terhadap organisasi.				
24.	Saya memiliki loyalitas yang tinggi terhadap organisasi.				
25.	Saya memiliki nilai tanggung jawab sebagai amanah terhadap organisasi.				
26.	Saya memiliki kemampuan memahami tanggung jawab dan kerjasama terhadap pekerjaan.				
27.	Saya memiliki motivasi untuk meningkatkan kemampuan bekerjasama dengan orang lain dalam organisasi.				
28.	Saya memiliki tingkat motivasi meningkatkan kemampuan untuk melakukan perundingan dengan orang lain melalui diskusi dan kompromi untuk mencapai kesepakatan				
29.	Saya memiliki tingkat motivasi untuk meningkatkan kemampuan				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
	berkomunikasi dengan pihak lain				
30.	Saya memiliki tingkat motivasi untuk meningkatkan kemampuan memimpin dalam suatu tim kerja				

BAGIAN C (Persepsi atas *Corporate Social Responsibility*)

Persepsi atas *Corporate Social Responsibility* yaitu interpretasi kesan-kesan karyawan, tentang kenyataan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
31.	Memberikan kontribusi untuk kesejahteraan karyawan merupakan prioritas yang tinggi di organisasi saya.				
32.	Memberikan kontribusi untuk kesejahteraan pelanggan adalah prioritas yang tinggi di organisasi saya.				
33.	Memberikan kontribusi untuk kesejahteraan masyarakat adalah prioritas yang tinggi di organisasi saya				
34.	Isu Lingkungan merupakan bagian integral dari strategi organisasi saya.				

Lampiran 4. Data Responden

Lampiran 4. Data Responden

[illegible]

90

Lampiran 5. Hasil *Combined Loadings and cross-loading*

	KK	KO	PCSR	SE	P value
KK 1	(0.989)	-0.012	-0.004	0.074	<0.001
KK 2	(0.969)	0.004	-0.108	0.077	<0.001
KK 3	(0.989)	-0.012	-0.004	0.074	<0.001
KK 4	(0.969)	0.004	-0.108	0.077	<0.001
KK 5	(0.989)	-0.012	-0.004	0.074	<0.001
KK 6	(0.977)	0.025	0.104	0.077	<0.001
KK 7	(0.977)	0.025	0.104	0.077	<0.001
KK 8	(0.977)	-0.009	0.051	0.074	<0.001
KK 9	(0.977)	-0.005	-0.011	0.077	<0.001
KK 10	(0.990)	-0.021	0.029	0.071	<0.001
KK 11	(0.977)	-0.009	0.051	0.074	<0.001
KK 12	(0.969)	0.035	0.007	0.078	<0.001
KK 13	(0.989)	-0.012	-0.004	0.074	<0.001
KK 14	(0.982)	-0.002	-0.101	0.074	<0.001
KO 1	-0.129	(0.784)	0.109	0.139	<0.001
KO 2	0.321	(0.877)	-0.356	0.133	<0.001
KO 3	-0.069	(0.986)	0.105	0.098	<0.001
KO 4	-0.037	(0.987)	0.033	0.103	<0.001
KO 5	0.180	(0.978)	-0.197	0.111	<0.001
KO 6	0.189	(0.959)	-0.218	0.110	<0.001
KO 7	-0.129	(0.784)	0.109	0.139	<0.001
KO 8	-0.078	(0.970)	0.089	0.102	<0.001
KO 9	-0.069	(0.986)	0.105	0.098	<0.001
KO 10	-0.078	(0.970)	0.089	0.102	<0.001
KO 11	-0.037	(0.987)	0.033	0.103	<0.001
KO 12	0.189	(0.959)	-0.218	0.110	<0.001
KO 13	-0.069	(0.986)	0.105	0.098	<0.001
KO 14	-0.078	(0.970)	0.089	0.102	<0.001
KO 15	-0.037	(0.987)	0.033	0.103	<0.001
KO 16	-0.078	(0.970)	0.089	0.102	<0.001
PCSR 1	0.234	0.156	(0.821)	0.128	<0.001
PCSR 2	0.335	-0.086	(0.805)	0.129	<0.001
PCSR 3	-0.302	-0.007	(0.896)	0.105	<0.001
PCSR 4	-0.217	-0.059	(0.882)	0.118	<0.001
Note: P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.					

Sumber: Hasil olah data WarpPLS 3.0 (2015)

Lampiran 6. Hasil *Latent Variable Coefficients*

	KK	KO	PCSR
R-squared	0.884	0.308	
Composite reliab.	0.997	0.993	0.913
Cronbach's alpha	0.997	0.992	0.873
Avg. var. extrac.	0.961	0.900	0.725
Full collin. VIF	5.131	1.251	5.146
Q-squared	0.881	0.304	

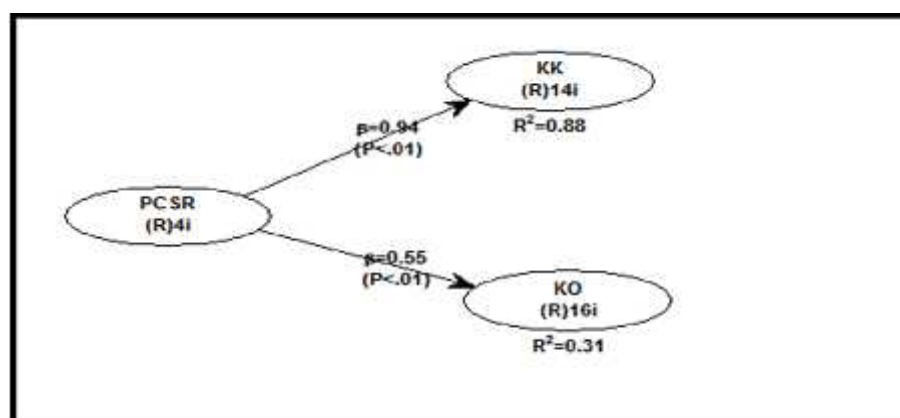
Sumber: Hasil olah data WarpPLS 3.0 (2015)

Lampiran 7. Hasil *General SEM analysis results*

Model fit indices and P values
APC=0.748, P<0.001
ARS=0.696, P<0.001
AVIF=1.000, Good If < 5
General model elements

Sumber: Hasil olah data WarpPLS 3.0 (2015)

Lampiran 8. Hasil Model Penelitian



Sumber: Hasil olah data WarpPLS 3.0 (2015)